<全日本遊園施設協会（JAPEA）機関誌>昭和47年5月25日第3種郵便物認可　21巻5号　1992年4月26日発行　毎月1回26日発行

「正しい報道」「確かな情報」「役立つ分析」遊び施設の総合情報誌

アミューズメント産業

THE AMUSEMENT INDUSTRY

5　MAY. 1992

VOL. 21 NO. 5

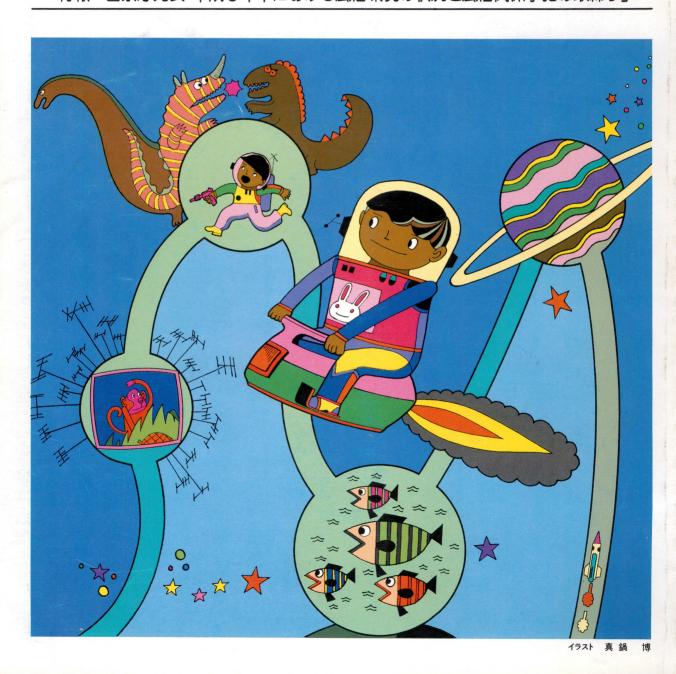
特集：7年でテーマパークから街へ「ハウステンボス」

話題：瀬戸内海にコスタ・デル・ソル「呉ポートピアランド」

特報：警察庁発表「平成3年中における風俗環境の状況と風俗関係事犯の取締り」

イラスト　真鍋　博

「魅力のパーク・トランスポーテーション」

安全で良いものをお届けするNICHIMEN

チューチュートレイン、おすすめの理由。

ぐんぐん登ります

機関車4WDエンジン搭載。坂道でも高いポテンシャルを誇ります。

メンテナンスが楽です

車体は耐久性に優れたFRP製。駆動部には日本製エンジンを搭載し、安心のメンテナンスシステムで高い安全性を確保できます。

●東京サマーランド

集客性は抜群です

子供から大人まで楽しめる利用率の高いアトラクションです。高い収益性が見込めます。

小さく回ります

客車4WSシステム装備。軌道半径が小さいので狭い場所でUターン可能です。

●西郷村キョロロン村

●お問い合わせ●

Nichimen Machinery Sales Co., Ltd.

ニチメン機械販売株式会社 03-3277-5500(代)

レジャー事業チーム

〒103 東京都中央区日本橋3-15-2(高愛ビル9F) FAX 03-3273-5050

●Tschu-Tschu社総代理店

子供たちの夢を育てる!!

KATO 加藤工業株式会社

本社・工場　大阪府茨木市沢良宜西1丁目2番11号
〒567　TEL 0726(35)1886(代)　FAX 0726(35)1880

激サイティングな提案
スピード、回転、振幅……。さまざまな角度から設計された
スリルと快感のエキサイティングマシーンの数々。
未来のレジャーシステムを　総合プロデュースします。
遊園機械製作・販売・直営・輸出入
WORLD WIDE FUN
MEISHO
AMUSEMENT MACHINES
株式会社 サノヤス・ヒシノ明昌
■ レジャー事業本部
本　部　〒553 大阪市福島区鷺洲3丁目6番21号
☎06 (458) 3557 Fax 06 (451) 2467
東京営業部 ☎03 (3595) 0531 Fax 03 (3595) 2587
九州営業部 ☎0942 (92) 5635 Fax 0942 (92) 5298
中国営業部 ☎0829 (32) 8385 Fax 0829 (32) 8384
Lightning Coaster・ライトニングコースター
Super Tomahawk・スーパートマホーク

OMNI FILMS International, Inc.

ソフトが、サクセスの原動力。

観客を魅了する映像ソフトの多彩なバリエーションとオムニフィルムズならではのリーズナブルなシステムで、圧倒的に有利な運営をお約束します。

ソフトのクオリティとコストパフォーマンスの両立で、運営のサクセスを実現しています。

シミュレーションシアターにおいて末永く高利益をもたらす重要なポイントは、観客を確実に魅きつけるフィルムソフトの豊富さと、経済的なソフト料金の両立にあります。オムニフィルムズは、映像のクオリティと運営コストのバランスを適確に見据え、最も採算ベースに適した24コマ・30コマのライブラリーをどこよりも数多くストック。ソフトライセンス料金も、非常にリーズナブルな価格を実現しています。ビジネスをひときわ有利にサポートする、オムニ独自のソフトシステムです。

[アルファ1カウボーイ]
宇宙戦闘機に乗り込み、敵を追いかける。スリリングなバトルは圧巻。

[タンクスレイヤー]
10歳の子供が、本物の戦車に乗り込んだ。止めることはできるのか?!

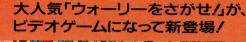
[エアーボート]
フロリダの沼地を大迫力でばく進。手に汗握る、未体験のときめきだ。

[アウトロー]
警察のパトカーと悪漢たちが繰り広げるスリリングな大追跡バトル。

モーションマスターなら、シアターづくりをトータルでプロデュース。

遊び心を刺激する、新・体感シアター

MOTION MASTER

お問い合わせ・浅海電気株式会社/メディア事業本部
Tel.03-3243-1698(直通)・3243-1671(代表)Fax.03-3231-0157
〒103東京都中央区日本橋本町1-4-9共同ビル新中央2F本社/大阪市北区西天満3-7-4

50インチの
鮮明ビッグ画面で、
見る、聞く、
感じる大興奮！

50インチディスプレイ、ゲームセレクト機能、特殊サウンドシステム、DASS(デュアル・アクティブ・シートシステム)搭載、レイアウトフリーのセパレートキャビネット、優れた集客パワーを発揮する革新のキャビネットです。

外形寸法(㎜)	1,230(W)×2,260～3,200(D)×1,880(H)
重　　量	378kg
モ ニ タ	50インチプロジェクションディスプレイ
消費電力	AC100V 301W
Ⓣ	95-4429　PAT.PEND.

ウォーリーの世界をそのままビデオゲームで再現した誰でも参加できるユニークなゲーム。トラックボールとボタン操作で「ウォーリー」をさがしたり、色々なボーナスゲームが楽しめます。3人同時参加可能。

Where's Wally? ©Martin Handford 1992.

便利さと
ハイ・インカムを実現!!

超うす型のコンパクト設計。しかも、補給やメンテナンスも行いやすく、徹底した堅牢構造を追求しています。エアロシティと組み合わせることで、効率的な店舗レイアウトが実現します。

DP-08(台間両替機)

外形寸法(㎜)	120(W)×600(D)×1,030(H)
重　　量	35kg
消費電力	AC100V　待機時17W　最大115W
	PAT.PEND.

興奮のポーカーシーンを豪華に演出！

高級感あふれるゴールドとホワイトを基調としたキャビネットに、高解像度15インチモニターを装備した3タイプのポーカーゲームマシンです。

ゴールデンポーカー・シリーズ

外形寸法(㎜)	480(W)×590(D)×970(H)
重　　量	98kg
消費電力	AC100V　140W
Ⓣ	95-4460　PAT.PEND.

SEGA 株式会社 セガ・エンタープライゼス

本　社	東京都大田区羽田1-2-12	電話03(3743)7438(海外販売事業本部)
東品川事業所	東京都品川区東品川1-31-5	電話03(5461)8320(国内販売事業本部)
		電話03(5461)8340(AM施設事業本部)
		電話03(5461)8330(総合レジャー開発本部)
札幌支店	札幌市豊平区豊平五条3-2-34	電話011(841)0248(代表)
関西支店	大阪府豊中市豊南町東2-5-3	電話 06(334)5336(代表)
博多支店	福岡県福岡市中央区白金2-5-15	電話092(522)4717(代表)
広島販売	広島市中区河原町11-17フルミチビル	電話082(293)7979(代表)
名古屋販売	愛知県名古屋市名東区社が丘1-804	電話052(702)3003(代表)

おいしさと参加する楽しさで
高インカムを確保!

話題の主役 抜群の集客パワ

©やなせ たかし/フレーベル館・TMS・NTV

キャラクターは、子供たちに人気のあるアンパンマンを使用。さらに、キャビネットの20インチモニターの映像と音声、ハンドル操作で、出来上がりまでの時間をゲーム感覚の楽しさに演出しています。

それいけ!アンパンマン ポップコーンこうじょう

コーンカップの補充は、
マガジンに入れるだけの
簡単システムです。

外形寸法(mm)	1,495(W)×795(D)×2,000(H)
重量	約280kg
消費電力	AC100V 最大1,590W
▽	91-34521 PAT.PEND.

超人気プライズマシンのニューファミリー!

設置場所を選ばないコンパクトなキャビネットに、楽しいデザインを施したニュータイプ。また、何もとれなかった場合でも「おまけプライズ」がもらえる新機能を搭載し、優れた集客能力を発揮するプライズマシンです。

オマケカプセル払い出し機能付き

UFO サーカスランド

UFO セガソニック

外形寸法(mm)	880(W)×860(D)×1,910(H)
重量	約170kg
消費電力	AC100V 130W
▽	91-37220 PAT.PEND.

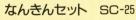
顧客倍増の魅力満開!! セガのプライズシリーズ!

セガ・ソニック・ザ・ヘッジホッグと仲間たちセット2 SC-27

1セット100個入
ソニック50個/エッグマン20個/ポッキー10個
ペッキー10個/フリッキー10個
©SEGA 1991.1992

ヨシモトじゃあーりませんかセット SC-29

1セット100個入=各20個
©吉本興業

なんきんセット SC-25

1セット100個入=各20個
©なんきん/オフィス アイ

バイキンくんセット SC-30

1セット100個入=各20個
©1992 SONY CREATIVE PRODUCTS INC.

スイートスポットセット SC-26

1セット100個入=各20個
©YUTSUKO CHUSONJI

ドッジ弾平セット SC-28

1セット100個入=各25個
©こしたてつひろ・小学館・テレビ東京

アミューズメント クルージング

早く目的地に着くことが必要なら飛行機に乗ればいい。
しかし豪華客船を利用する旅行客は
船に乗っている間の「時間」そのものを楽しむ為に
船旅を求めるといいます。
アミューズメント・スペースを訪れるお客様も同様です。
お客様を退屈させない様な、いたれり尽くせりの
エンターテイメントはもちろんのこと
繰り返しお客様を誘引する魅力や
新しいお客様を獲得する人気や話題性。
それらをすべて備えたら、それはまさに
時間の大海原を航海する
アミューズメント・クルージング。
テクモが提案さしあげる
総合エンターテイメントで
大船に乗った気になって
快適なクルージングをどうぞ。

No.	種別	品名	サイズ W×D×H (mm)	重量 (kg)	消費電力 (W)
①	プライズ	バスケットチャンス	675×1,060×1,380	100	120
②	プライズ	ミスターバットマン	555×1,000×1,485	70	70
③	メダル	ミリオンスラッガー	590×1,000×1,660	85	75
④	カーニバル	ダンプ・ザンプ	860×2,800×2,200	300	180
⑤	遊園施設	ドリーミーカルーセル	舞台径6,500・外柵径8,400・24人乗 H4,700(屋外用)・H2,700(屋内用)		
⑥	定置型乗物	ファンキーパンチョ	980×1,420×1,750	76	500
⑦	カーニバル	サイドワインダー	660×1,800×1,500	170	120
⑧	カーニバル	ボーラーローラー (アーチ付き3レーン)	1,575×2,645×2,675	820	840

メダルゲーム機の設置運営につきはしては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい。

本社： 〒102 東京都千代田区九段北4丁目1番34号
TEL.03(3222)7620(直通) FAX.03(3222)7629
TECMO.LTD. 4-1-34, Kudankita, Chiyoda-ku, Tokyo 102, Japan
Phone: 03(3222)7620 Fax: 03(3222)7629 Telex: J27174 TECMO

アドベンチャークルーズ

たすけて!

ウゲー
食べちゃおうぞ!!

乗物革命!!
ターゲット迫力!!

スターポリス

たすけて!

エヘヘ~!
まて~!!

KN	KO	KP	CG
つみきのシーソー	アドベンチャークルーズ	スターポリス	なかよしパレード

子どもたちの「遊びの世界」を知っている

株式会社ホープ

本社工場	川崎市中原区今井上町５０番地	〒211	ＴＥＬ044(722)6141(代)	ＦＡＸ044(711)2779
関西営業所	京都府乙訓郡大山崎町鏡田２番地	〒618	ＴＥＬ075(957)5613(代)	ＦＡＸ075(957)0313
東京本社	東京都港区芝５丁目３１番１７号	〒108		

TOGO
新製品登場
SIMULATION RIDE ALICE
100インチ3面マルチスクリーンによる
大迫力の体感重視型モーションシステムです。
SIMULATION RIDE ALICE アリス
ポップ ステップ カッパくん
マッド ザウルス
SUPER TENNIS
スーパー SUPER TENNIS テニス
ロール アンド ドロップ
パオパオエレファントJr.
F-1スロット
バッテリーカー ラリーカート
バッテリーカー F-1・オートバイ・TOGO T40
バッテリーカー T-スペシャル
■感動ある遊びを世界の人々に■
株式会社 トーゴ
本　社／〒152 東京都目黒区八雲1-5-7
☎(03)3718-6461 FAX.(03)3725-2420

ニチゴがお届けします。『子供たちの夢』

プレイヤーが物語りの主人公に！

景品払い出しとリプレイの2ウエイ方式！
ワンタッチで切り換え可能です。

〈あそびかた〉

- プレイヤーが「ももたろう」となって鬼を征伐するボール投げゲーム。
- ボールが親鬼、子鬼の的に当たると「きじ」「いぬ」「さる」そして「ももたろう」と得点が上がります。
- 味方の「きじ」にボールが命中すると、得点は「スタート」に戻ります。
- 「ももたろう」まで得点が上がると親鬼が金棒を落として降参します。「おわり」のランプが灯き「カプセル」が出るか、「リプレイ（１回のみ）」が出来ます。

〈仕様〉●サイズ：W1580×D2350×H1800(2200)(m/m)●電源：電圧器24V●料金：100円～400円(4段階切換方式)●プレー時間：1分15秒(45秒、1分、1分30秒)(4段階切換方式)●ボール個数：5－10個(任意に設定して下さい)●デモ動作：1分間隔で作動します●〒61－14569

待望の2輌連結新登場！

キディ・カー新幹線（しんかんせん）

ニチゴが、２輌連結「銀河鉄道スリーナイン」「ブルートレイン」を初めて製品化し、現在まで13年間無事故の実績を誇ります。今、ニチゴのノウハウを結集して、再び世に送る自信作、それが２輌連結「新幹線」です。

新登場!!

- 2輌連結でも安全性はバッチリ。
- ハンドル操作はラクラク。
- 稼動率、売上げは抜群。
- 2輌連結は子供の魅力。

〈仕様〉●サイズ：W570mm×1,985mm×H680mm●電源バッテリー：46B－24R（12V45AH）1個●タイマー：1.5分、2分、3分の3段階切換式●音響：新幹線ホーン他、音声3種●定員：2名●速度：3.5～4.0km／h●プレイ料金：100円／200円の2段切換式

縫いぐるみ
動物ロボット自動演奏装置

なかよしバンド

サキソホン・ギター・ピアノ・ドラム・トランペットを持った5体の縫いぐるみ動物たちが楽しいコミカルな動きをしながら、音楽を演奏します。

SATY
西新井

ステージ上に5体をセットし、アトラクションとして使用する事が一般的ですが、豆汽車コース内で、バラバラに配置したりなど、色々な設置方法があります。場所に応じて、効果的な配置をお考えの上御利用下さい。

●サイズ：

		幅	奥行	高さ
トランペット演奏動物	切株台付	400m/m	400m/m	830m/m
ドラム演奏動物	切株台付	450m/m	420m/m	820m/m
ピアノ演奏動物	切株台付	430m/m	675m/m	740m/m
ギター演奏動物	切株台付	450m/m	420m/m	900m/m
サキソホン演奏動物	切株台付	450m/m	400m/m	920m/m

☆サイズは動物によって多少異なります。上記サイズは標準的な数字ですので予め御承知おき下さい。

●セット構成：

楽器付動物（台座付）	5体・1組
コントロールユニット（タイマー付）	1台
ＣＤプレーヤー	1台
ＣＤメインアンプ	1台
スピーカーユニット	1組
接続コード類	1式

●型式承認　〒91－44132
●ＪＡＳＲＡＣ許諸済　　PATENT　P.

ニチゴ　日本娯楽機株式会社　　日娯エンジニアリング株式会社
〒107 東京都港区南青山2-22-4
TEL(03)3402-7311(代表)　FAX(03)3403-8862

ストリートファイターIIダッシュ

待望のスペシャルバージョン！

㈱カプコン

ウォリアーブレード

パワフル&コンパクトの新2画面筐体

●幅850mm×奥行1,140mm×高さ1,600mm

㈱タイトー

新製品情報
インカム情報
ロケ企画
運営ノウハウ
中古買入
ご相談…どんなことでもお気軽に

QUALITY AIMO

高品質が求められる時代だから
良いものをより良い形で…。
アイモは常にクオリティを求めます。

DARK SEAL II
ダークシール

2年間の沈黙を破り今再び、R.P.Gの名作！

データイースト㈱

SHOW REVUE
ショーレビュー

プッシャーのニュースター

●幅1,790mm×奥行1,660mm×高さ2,230mm

㈱ナムコ

BANPRESTO

ウルトラマン3
©円谷プロ

ウルトラ怪獣セット
©円谷プロ

アルプスの少女ハイジ
©ZUIYO

アイモ高品質ぬいぐるみ

18センチ大き目サイズ
お相撲アイドル力士君
5種100個 ¥26,500

18センチ大き目サイズ
ザ・歌舞伎五人衆
5種100個 ¥26,500

製造元/㈱ミヤサン、発売元/㈲アイモ

AIMO 有限会社アイモ

TEL03(3986)4591㈹ FAX03(3984)8710
〒170 東京都豊島区東池袋2-17-2 SYOWAハイム1F

子供たちの夢が勢揃い!!

ロケテストでインカム抜群！
今、話題の新製品『もりのオーケストラ』『もりのレストラン』

SHOWA

子供の夢を限りなく追求――遊園地・小型乗物の総合プランナー

昭和鉄工株式会社

東京都北区志茂２丁目31の５ ☎03(3901)1285㈹ FAX03(3901)1316

「結局よかった」といわれる製品をお届けします…タニガワ

TGM 株式会社 タニガワ

埼玉県越谷市神明町3-410-2 TEL0489(76)3211 FAX0489(75)9745

「結局よかった」といわれる製品をお届けします…タニガワ

TGM 株式会社 タニガワ

埼玉県越谷市神明町3-410-2 TEL0489(76)3211 FAX0489(75)9745

明るく楽しく！女性好みのパステル調で新発売。

内部の螢光灯を増設し、ぬいぐるみを美しくライトアップするオリジナル。ミニコーナーにもピッタリの２人用です。

照明たっぷり！
景品イキイキ.!!

● ラッキーチャンス機能付

クレーン爪上部のＬＥＤルーレットで"アタリ"が出ればボーナスプレイが楽しめるお得な機能付です（この機能は使用しないこともできます）。

● 約2倍の景品スペース
● 四季折々のサウンド付
● 100円、500円硬貨が使用可能

● 幅1,760mm×奥行880mm×高さ1,940mm ● 重量185kg
● 消費電力110W（最大消費電流1.6Ａ）● 〶91－35355

○か☆か♨、を当てろ！
君にも超能力がある!!

最高払出しメダル
30枚×3倍

OPプライス¥188,000

● 幅400mm×奥行355mm×高さ1,030mm ● 28kg

ビデオゲームも、
ついにここまでシェイプアップ!!

● 18インチモニター筐体で最もコンパクトです。

● 使い易く、どこにでも置けます。

JAMMA
コネクター対応

● 幅455mm×奥行590mm×高さ1,240mm ● ＡＣ100Ｖ・95Ｗ ● 〶95－3425

TOWA 株式会社トーワジャパン

〒164 東京都中野区中央1-35-1毛利ビル3F

TEL03-5389-1321 FAX03-5389-1377

強力人気のキャラクターゲーム、つぎつぎ誕生。

アイデアいっぱいのキャラカードやゴールドメダル払出しで、人気ますます上昇中です。

TOWA 株式会社トーワジャパン

〒164 東京都中野区中央1-35-1毛利ビル3F

TEL03-5389-1321　FAX03-5389-1377

F1-win
16cm 5種 100個入り

WGP（ワールドグランプリ）
レースのマシンを再現。
風防、ハンドルにプラパーツ
を使用したリアルタイプ!
プラスチックスタンド付き。

エキゾーストノートの咆哮が
プライズレースを駆けぬける!!

WGP-win
18cm 5種 100個入り

世界童話シリーズ

童話の世界から飛びだした
ファンタジックなぬいぐるみたち
全部集めて物語を再現。

ピノキオ
18cm 5種 100個入り

ピーターパン
18cm 5種 100個入り

モンスターI
18cm 5種 100個入り

白雪姫
18cm 6種 100個入り

オズの魔法使い
18cm 5種 100個入り

アニマルポーチ
19cm 4種 100個入り

特選LLセット
18cm 10種 100個入り

DXひょうきんアニマル
16〜20cm 10種 100個入り

お待たせしたのだ

新しくなって
帰ってきたのだ。

NEW
平成 天才バカボン
18cm 6種 100個入り
ちょっと大きめカーニバルにも使えます。

クレーン対応 カーニバル
メカニック アニマル
童話 メカニック
キャラクター

Ⓒ フジオ・プロ 講談社 スタジオぴえろ

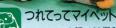
かわいい親子ぬいぐるみ。 タッグ付
なんと赤ちゃんがおなかに入ってます。

マザー&チルドレン
18～21cm 5種 100個入り

ボリューム感あふれるかわいい動物たち タッグ付

NEW

かわいい双子のアニマル兄妹。
原点に帰った高級感あふれるぬいぐるみです。

NEW

全国送料元払いサービス

（但し5ケース以上。沖縄は一部負担となります。）

AMUSE®
株式会社アミューズ
〒116 東京都荒川区東日暮里2-14-4
TEL.03-3802-8041
FAX.03-3802-8058

75φカプセル、ビーバー対応商品

商品	数量
スペシャルライターセット	100個セット
アクセサリーセット	100個セット
キャラクターセット	100個セット
ファンシーショーツセット	100枚セット
スペシャル時計セット	100個セット
特別セット	
75φラッキーカプセル（特）腕時計入	150個入り
75φラッキーカプセル（上）腕時計入	150個入り
75φラッキーカプセル（並）腕時計入	150個入り

☆カプセル入りは、100個（単価20円増し）ソフトカプセル使用。
☆75m/mソフトカプセル、インカップご希望の場合、20円増しにてお入れ致します。

動物の可愛らしさと、鈴のアイキャッチが
マッチした優れ物。クレーンでも使えます。

新会社ジール。熱く、アミューズメントに取り組みます。

株式会社ジールは、4月25日
有限会社ワンズライフの
アミューズメント部門として誕生しました。
社名のジールは英語で「熱中」の意味。
いま追い風の中にあって大きく成長している
アミューズメントの発展に
さらに貢献するため、熱く活動していきます。
機械や景品の円滑な流通はもちろん
ロケーションのプランづくりにも
情熱を燃やす株式会社ジール。
何卒、よろしくお願い申し上げます。
平成4年4月吉日

株式会社ジール
代表取締役 加 藤 博 文

ウルトラマン 3
©円谷プロ

ウルトラ怪獣セット
©円谷プロ

アルプスの少女ハイジ
©ZUIYO

ユーフォー・キャッチャーミニ
UFO CATCHER mini

●幅880mm×
奥行860mm×
高さ1,910mm
(株)セガ・
エンタープライゼス

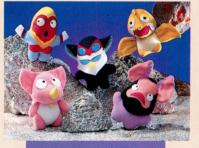
Ve-na
ヴィーナ

データイースト

ラッキー・チャーム
LUCKY・CHARM

アイレム(株)

超能力クラブ

(株)トーワジャパン

●(有)ワンズライフ関連会社
株式会社ジール
TEL 03(3974)7090
FAX 03(3974)7835
〒171 東京都豊島区高松2-48-3 杏コートウエスト1F

嬉しい品質

サッカーボール Ver.2

10色40個セット

フットボール Ver.2

9色45個セット ¥14,400

NEWババちゃん 3カラー100個（立ちポーズのみ） ¥28,000

SS33

（33種各３色＋目玉）100個セット
¥17,800

ナマちゃんカモちゃん 2種各3パターン100個セット ¥24,000

驚きのプライス 1個100円！

ニューシステム（小）セット
180個セット ¥18,000

バンプレストのキャラクター景品のあらゆるものを取扱っております。随時予約受付中！

75φ ソフトカプセルはじめました。

新キャラグッズ 100個セット（●75φ カプセルに入ります。）¥18,000

NEW高級アクセサリーセット 100個セット 価格据え置き
※デザイン・製作/高円寺BORD・DE・LA・MER

●バンプレスト景品の取り扱い店

SYSTEM SERVICE
システムサービス株式会社
〒173 東京都板橋区大山金井町36-10
シャトーフレンズ1F
TEL 03-3956-3181
FAX 03-3956-3699

初夏の新作発表

ご期待ください！
個性的なオリジナル品
続々出てきます。

THE BEST HIT PRIZE FAMILY
by
TECMO
OH! my コンブ
オー マイ
©秋元 康・かみやたかひろ／TBS・講談社　企画協力 ㈱タカラ
¥30,000（100コ入り）
F-1 GRAND PRIX
JAPAN F1 GP
©フジテレビ
¥29,500円（100コ入り）
イレコミ君
©TAKARA 1991
¥24,000（80コ入り）
相撲取り
イレコミ君
©TAKARA 1991
¥24,000（80コ入り）
JIGSAW PUZZLE
ジグソーパズル
¥25,200（84コ入り）
Mr.CROKET
ミスター．コロッケ
© Mr. CROKET 1989
¥29,500（100コ入り）
TECMO
テクモ 株式会社
〒102 東京都千代田区九段北 4-1-34
TEL：03(3222)7620 FAX：03(3222)7629
※表示価格は送料、消費税を含みません。改良等により実際の商品は写真と異なることがあります。

オリジナリティでゲーム景品を面白くするナビスです。

品質重視本格派

お客さまを裏切らない最高級のオリジナル景品です。

ちょっと大き目、ボリュームいっぱい

まんまる動物園シリーズ

6種90個セット ¥27,000

縫製しっかり
可愛さイキイキ

●上記の表示価格には送料、消費税は含んでいません。●景品のセット内容は変更する場合があります。●ゲーム景品、ゲーム機械のことなら何でもご相談ください。

楽しまれることが楽しみです。

NAVIS ナビス産業株式会社

大阪支店:〒556大阪市浪速区桜川1丁目1-28三宝ビルTEL.06(561)9863・FAX06(561)9873

本社営業部
〒593 大阪府堺市八田西町2丁21-26
TEL0722-78-2909 FAX0722-77-0736

オリジナリティでゲーム景品を面白くするナビスです。

品質重視本格派

ハイセンス、ハイクオリティで人気のオリジナル景品です。

迫力満点、可愛さ抜群

ゴリ6兄弟

6色72個セット ￥21,600

ナビスのゴリラは、どこでも評判！

©梶原一騎・辻なおき／講談社

●上記の表示価格には送料、消費税は含んでいません。●景品のセット内容は変更する場合があります。●ゲーム景品、ゲーム機械のことなら何でもご相談ください。

楽しまれることが楽しみです。

NAVIS ナビス産業株式会社

大阪支店：〒556大阪市浪速区桜川1丁目1-28三宝ビルTEL06(561)9863・FAX06(561)9873

本社営業部
〒593 大阪府堺市八田西町2丁21-26
TEL0722-78-2909 FAX0722-77-0736

オリジナリティでゲーム景品を面白くするナビスです。

品質重視本格派

みんな誰でも欲しくなるオシャレ景品、勢揃いです。

●上記の表示価格には送料、消費税は含んでいません。●景品のセット内容は変更する場合があります。●ゲーム景品、ゲーム機械のことなら何でもご相談ください。

楽しまれることが楽しみです。

NAVIS ナビス産業株式会社

大阪支店：〒556大阪市浪速区桜川1丁目1-28三宝ビルTEL06(561)9863・FAX06(561)9873

本社営業部
〒593 大阪府堺市八田西町2丁 21-26
TEL0722-78-2909 FAX0722-77-0736

OAOからオペレーターへのお薦めする

安心と信頼のぬいぐるみ

OAO推薦ぬいぐるみ

OAO推薦ぬいぐるみ
C/S NO:
OSAKA JAPAN

景品基準を守り、非該当景品は入っていません。

可愛くて楽しい粒揃いセットです。

ぬいぐるみ OAO 9

20アイテム100個 ¥19,800

大阪アミューズメント施設営業者事業協同組合

〒541 大阪市中央区久太郎町1-2-16三星中央別館7階706号室
TEL06 (263) 1381
FAX06 (263) 1383

販売元

株式会社 **ユウビス**
〒577 東大阪市川俣3-1-35 TEL 06(787)1881 FAX 06(787)1952

株式会社 **オーブネス**
〒556 大阪市浪速区元町1-2-2 浪芳ビル5F TEL06(641)6001 FAX06(645)088

オーブネスがおくる快心のぬいぐるみシリーズ。

初夏から夏休みにかけて、インカムUPの売れ線ぬいぐるみです。

●上記金額には送料、消費税は含まれていません。●ぬいぐるみデザイン、セット内容は一部変更する場合があります。

●株式会社富士リース関連会社

株式会社オーブネス

TEL06(641)6001 FAX06(645)0888

〒556 大阪市浪速区元町1-2-2 浪芳ビル5階

遊園地やSCロケに最適な〔楽しいグッズ〕勢揃い。

カーニバル機やクレーン用のオリジナル景品の企画・製造専門商社

カーニバルセット（大人用）100個セット ￥30,000

カーニバルセット（小人用）100個セット ￥30,000

ミニ㋟丸
6色100個セット　￥18,000

カナディアンベア
6種72個セット　￥20,000

F－1
3色100個セット　￥20,000

アクセサリーセット100個セット ￥18,000

サンリオ「ピクニック・ランチ」セット　16アイテム150個セット　￥18,000
（75φ カプセル入り￥20,000）

※上記の他、〈サンリオセット〉（100個￥20,000）、〈キャラクターセット〉（100個￥17,000）、〈お楽しみセット〉（100個￥16,000）も好評発売中です。
●当社の景品は送料元払いです（但し、北海道、東北、沖縄地域は送料一部負担になります）。●お客さまのオリジナル景品を企画・製造いたします。

O.S.Co.,LTD
オリジナル景品の専門商社
オー・エス・シー
TEL06(325)2881～2
FAX06(325)2883

〒533 大阪市東淀川区大隅2-6-8 木下ハイツ1F

ついに来た… ターミネーター2™

売れてる!!
ターミネーター2
5種100個　OP価格¥28,000

この商品は景品用に
開発された商品です。

I'll be back

T2™

遊園地プロジェクト部、新設

カーニバルゲーム用景品など貴園オリジナルぬいぐるみの企画、制作を承ります。お気軽にご相談ください。

株式会社スクラッチ
TEL0720(38)1013
FAX0720(38)1015
〒572 大阪府寝屋川市緑町1－2　振込先　大阪銀行香里支店　普通277945

伝統の熱き戦い。対人ゲームに新しい旋風。

若者たちがワイワイ楽しむエキサイティングゲーム。いつまでも高人気で長寿命です。

フランス生まれの本格派

Football Table
BONZINI

ボンジーニ〈フットボール テーブル〉

Model B60

管理がラクなトップグラス付モデルです。
●幅1,000mm×長さ1,500mm×高さ1,000mm
●重さ90kg

伝統の職人芸が生きるフランス・ボンジーニ社製。

抜群のプレイ感覚が味わえるショックアブソーバー付ロッド。

どこにでも置ける電気不要のコインオプ機（ボールは7~13個、設定可）。

組み立て、分解が簡単。スペアパーツは長年在庫で安心。

●輸入発売元

富貴商会

TEL075(595)1136
FAX075(595)1139

〒607 京都市山科区西野広見町32の2
リネンビル3階

2人用クレーンゲーム

カプリチオ

CAPRICCIO™

ボーナスプレイが楽しめるラッキーチャンスで興奮度UP！

ビックな景品スペースで魅力のグッズが一目瞭然！

丸身をおびたデザインが新しいクレーン。スペースの演出をより一層高めます。LEDルーレットでアタリが出たらボーナスプレイが楽しめるラッキーチャンス。大きな景品スペースでグッズが一目瞭然。8パターンのサウンドプログラムを内蔵。

●筐体仕様
サイズ：W1,760mm×D880mm×H1,940mm／重量：185kg／消費電力：110W（AC100V・50/60Hz）／最大消費電流：1.8A／電取番号：▽91-35355

●景品サイズ・容量
150mm×250mmのぬいぐるみ400個程度

株式会社タイトー　本社：〒102東京都千代田区平河町2-5-3　TEL.03-3222-4888

キャッチ・ザ・ハート ——
TAITO

Warrior Blade

2画面ならではの迫力シーン!

DEATH BLIZZARD

パワフル&コンパクトの多面画筐体第4弾。モニター後傾マウントでより省スペース。新設計の"TAITO SOUND FORCE"の大迫力重低音。フルフロントメンテナンスを実現。

●筐体仕様
サイズ:W850㎜×D1,140㎜×H1,600㎜/重量:124kg/消費電力:125W/最大消費電流:1.7A/電取番号:▽95-3231

"行け!さい果ての国へ
勇者の旅路(たび)を再び歩め"

トキメキチャーム

あなたの本性、(量産時は照明付看板付属)
彼氏の本音、
ふたりの相性、
トキメキ判断。

YES、NOの解答で進行するチャート式心理判断ゲーム。途中ポイントゲームも判断の材料になる。2人プレイ可能。設置場所を選ばない小型設計。

●筐体仕様
サイズ:W550㎜×D550㎜×H1,500㎜(照明付看板含む)/重量:60kg/消費電力:91W/最大消費電流:1.4A/電取番号:▽95-3488

ARCANUM™
アルカナム

幻想の世界へ貴女を
誘なうタロットの映像。

タロットカードを使用した本格的占い機。自分自身の運勢占い5ジャンル、恋人との相性占い2ジャンルが選択でき、結果はオリジナルシートにプリントアウト。ディスプレイもプレイされてない時は光が回転し楽しい演出に集客力もアップ。

●筐体仕様
サイズ:W620㎜×D1,050㎜×H1,880㎜/重量:115kg/消費電力:110W(AC100V・50/60Hz)/最大消費電流:1.6A/電取番号:▽95-4461

※筐体の外観、仕様、画面内容等は、改良の為、予告なく変更する場合がございます。

ADULT・MEDAL・GAME

メダルゲームに一大革命！

新発売！

TOP SHOOTING®

トップシューティング

従来のメダルゲームの概念を打ち破り、
全く新しいコンセプトのメダルゲーム遂に誕生!!

●マニアだけでなく、女性層を含め誰れにでも気軽に遊べます。

遊び方は簡単。
標的を狙ってさぁチャレンジ！

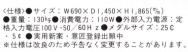
画面上に現れた標的のヒットエリア(◎)を狙って引き金を引くだけです。当るエリアによって得点があがります。得点はクレジットに加算(メダル払い出し機構付)されます。

赤い標的を狙え。
最高3,000点のビッグチャンス！

"TOP"の声とともに赤い標的が突然出現します。うまくヒットすると100点〜3,000点の高得点になります。

〈仕様〉●サイズ：W690×D1,450×H1,865(m/m)●重量：130kg●消費電力：110W●外部入力電源：定格入力電圧100V・50／60Hz●メダルサイズ：25¢・5¢●実用新案・意匠登録出願中
※仕様は改良のため予告なく変更することがあります。

sigma & TAIYO JIDOKI

TAIYO JIDOKI CO.,LTD.
株式会社 太陽自動機
■〒134 東京都江戸川区東葛西5-46-3■FAX 03(5696)5515■TEL 03(5696)5511(代)

ADULT・MEDAL・GAME

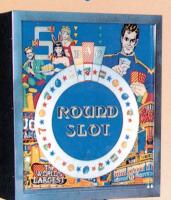
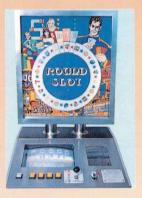
日本で生れた世界のスロット

ROUND SLOT

ラウンド スロット

新発売!

エキサイティングなメダルマシーン華麗にデビュー!!
今、ロケーションでインカム抜群!

- ●メカニズムとビデオモニターがドッキング。メカトロニクスでメダルマシンの本質を追求!
- ●プレイヤーが自分でオッズの条件を選択。スロットルレバーの操作でＢＩＧなスコアを狙ってスリル満点!
- ●最高20,000枚のメダル獲得チャンスに大感動!

●レバーのストップで高配当を狙い打ち!!

レバーを戻すと５秒で停止します。プレイヤーの戻すタイミングで高配当獲得のチャンスが更に大きくなります。

●最高配当20,000枚のビッグチャンス!!

ＢＥＴをするたびにオッズと条件がドンドンＵＰ！最高配当20,000枚の獲得チャンスはプレイヤーを魅了します。

●条件ＵＰの大チャンス!!

7のカードを引くとジャックポットの高配当ボーナスチャンス!

のカードを引くと2倍、3倍、4倍の高配当チャンス!

BC のカードを引くと当りスポットのワイドチャンス!

〈仕様〉●サイズ：W650×D790×H1780(m/m)●重量：80kg●消費電力：AC100V80W●外部入力電源：定格入力電圧AC100V50/60Hz●メダルサイズ：25￠●JAMMA㊗機械基準届済●特許・実用新案・意匠登録出願中

sigma &
TAIYO JIDOKI

■〒134 東京都江戸川区東葛西5-46-3■FAX 03(5696)5515■TEL 03(5696)5511(代)

1990年代のパイオニア… ABLE（エイブル）

達を参加させて下さい

〈仕様〉●サイズ：W1,680×D880×H1,940(m/m)

●製造元／㈱セガ・エンタープライゼス

〈仕様〉●サイズ：W880×D860×H1,910(m/m)

●製造元／㈱セガ・エンタープライゼス

〈仕様〉●サイズ：W665×D720×H825(m/m)●重量50kg●消費電力66W●〒91−27456

〈仕様〉●サイズ：W670×D1,160×H820(m/m)●重量80kg●消費電力66W●〒91−27456

景品(ぬいぐるみ)各種

WGP WIN

100個セット 28,000円

㈱アミューズ製

NEWダービーセット

100個セット 25,000円

㈱スクラッチ製

スーパーマン

100個セット 29,800円

総発売元／中央リース販売㈱

TM &©1991 DC COMICS INC.

猫ね！子ネコ

㈱アミューズ製 100個セット 28,000円

ファジーちゃん

80個セット 23,000円

総発売元／パサディナインターナショナル㈱

ネコポンセット

100個セット 21,000円

総発売元／中央リース販売㈱

株式会社エイブルコーポレーション

〒171 東京都豊島区池袋4-8-3 エイブルビル

TEL：03(3988)2061㈹ FAX：03(3986)5180

1990年代のパイオニア…ABLE

貴社の仕入部に是非私

㈱バンプレスト代理店＝㈱エイブルコーポレーション

株式会社エイブルコーポレーション

〒171 東京都豊島区池袋4-8-3 エイブルビル

TEL：03(3988)2061㈹　FAX：03(3986)5180

喜ぶ顔っていいな

いつまでも人気者。自慢のロングライフ機です。

チビッ子から大人まで幅広い客層に楽しまれるメダル機&プライズ機です。

Madonna III

マドンナIII

㈱ユニバーサルと㈱カトウ製作所が共同開発。人気のパチスロ2.5号機をベースにした本格アミューズメントスロットです。

- 女性好みのファッショナブルデザイン
- プレイ意欲を刺激する「リーチ目」を表示
- スピーディに50枚までクレジット可能

●幅505mm×奥行500mm×高さ1,450mm(看板含む)●重量65kg●メダル、100円(メダル貸出し機能)の2ウエイ仕様

Miracle Shot

ミラクルショットII

時間制のパチンコゲームにルーレットを組み合わせた興奮のメダルゲーム

- 一発台パチンコの面白さ大凝縮
- メダルの最高払出し枚数は90枚

●幅630mm×奥行500mm×高さ1,670mm(看板含む)

るすばんやぎさん

RUSUBAN-YAGISAN

グリム童話がゲームになって高インカム。

- ゲームを面白くするアナウンサー登場
- 75φ・46φカプセルにワンタッチ対応

●幅650mm×奥行735mm×高さ1,540mm●標準プレイ料金=100円2プレイ(切替可)

●高人気!専用75φカプセル景品、発売中

『喜び』のレジャーシステムを創造する

株式会社 カトウ製作所 KATO MANUFACTURING CO.,LTD.

〒157 東京都世田谷区北烏山6－24－13 TEL(03)3307－1221㈹ FAX(03)3307－1244

「'92イベント・プロモーション・ショー」

「'92 JAPAN SHOP」等、計4展で同時開催

会場：晴海・東京国際見本市会場
期間：3月26日～3月30日（5日間）
規模：「'92 JAPAN SHOP」308社1433小間
「'92イベント・プロモーション・ショー」72社169小間
「'92ストア・オートメーション・ショー」68社594小間
「'92カード・ビジネス・フェア」42社118小間
主催：日本経済新聞社／㈶店舗システム協会

「'92イベント・プロモーション・ショー」は、今年が第2回目の開催。同ショーは1昨年のJAPAN SHOPの特別展、「イベントツール展」が独立したもので、イベント・仮設用機材からアミューズメントマシン、シミュレーションマシン、その他イベント関連機器・用品・サービスまで、イベント・プロモーションに関する最新のハードとソフトが出展された。この他、同時開催として今年で21回目を迎える「'92JAPAN SHOP」をはじめ、第8回「'92ストア・オートメーション・ショー」、第3回「'92カード・ビジネス・フェア」の3展が行なわれた。

入場料は4展共通で1500円（消費税込み）。5日間の会期中の入場者数は、JAPAN SHOPとイベント・プロモーション・ショーで17万73 6名、ストア・オートメーション・ショーとカード・ビジネス・フェアの2展で11万2247名と、いずれも昨年をやや上回る数字を記録した。

▲㈱サンアップはまた、屋外展示場でレーザーディスク使用のバッティングセンター「リアル・ベースボール」（英国製）も出展した。スクリーンに登場した実物大のピッチャーが投球するわけだが、ちょうど手からボールが離れるスクリーンの位置に穴があいており、そこから飛び出してくるボールを打つというものだ。時速130km以上のスピードボールをはじめ、カーブ、スライダー等投球も豊富。サイズは幅3.8m、奥行16.5m、高さ3.7m。スクリーンサイズは幅3.2m、奥行2.7m。オリジナルレーザーディスクソフトも制作可能。

▲㈱サンアップは、米国製のハンマー叩きゲーム機「スーパーハイストライカー」とイタリア製の占いマシン「ボッカ・デラ・ベリタ」を中心とした外国製のゲーム機を出展。スーパーハイストライカーは高さが6m。ストロボライトを使用しており、華やかで目立つマシンだ。ボッカ・デラ・ベリタの人気も高く、同社ブースの前を通る来場者の邪魔になるほどの行列ができていた。

グラビア

「レジャー・イノベーション92」

「国際ホテル・レストラン・ショー」と同時開催

会場：晴海・東京国際見本市会場
期間：3月10日～3月14日（5日間）
規模：「レジャー・イノベーション92」「国際ホテル・レストラン・ショー」の計2展　647社2242小間
主催：日本能率協会、日本ホテル協会、国際観光旅館連盟、国際観光日本レストラン協会、国際観光施設協会

「レジャー・イノベーション92」は、今年が第2回目というまだ若い展示会。従来の「国際ホテル・レストラン・ショー」の枠内に納まりきらない施設・機器を集めた展示会で、レジャーやリゾートビジネスへの関心が高まる中、満足度の高いサービスの提供と質の高い施設づくりに役立つハードやソフトが出展された。一方、「国際ホテル・レストラン・ショー」は今年開催20周年を迎え、ショーの初日には東京・大手町の経団連ホールにて20周年記念特別講演会が開かれた。

入場料は2展共通で1000円（消費税込み）。会期中の入場者数は、レジャー・イノベーション92が1万305名、国際ホテル・レストラン・ショーが8万269名。2展合計では5日間で9万674名と、昨年をわずかに上回る入場者数となった。

▼根本特殊化学㈱は、ブラックライト（波長が367mm前後の電磁波）を照射することにより発光する特殊発光体「オーロレインボー」を開発、同製品を使った壁面のタイルや行灯、リラクゼーション機器等を展示した。オーロレインボーの特徴には①何も見えない白壁から絵柄が飛び出る②柔かい光の色合と優しい彩色を持つ③文字や絵など必要な部分だけを光らせることができる、などがあり、ディスコやカラオケルームの壁面、オブジェ、屋外の広告ボード等に使用されるなど幅広い用途を持っている。

▲㈱サンワイズは、昨年のAMショーで好評だった占い機「ファラオの予言」をメインに同じく占い機の「アナザーワールド」を展示。同製品のオブジェとしての価値を強調、アミューズメント業界にこだわらず、様々なオープンスペースに置いてもらうことが狙い。オープンスペースを持っているところとなると、まず出てくるのがホテルとレストランということで、今回初めてレジャー・イノベーション92に出展した。ブースの前は黒山の人だかりで、遠くからではファラオの頭の部分しか見えないほど。引き合いも多く、おもしろいところでは温泉旅館からの注文があったという。

▶㈱ユニオンインターナショナルは、コンピュータグラフィック採用により超リアルなコース風景を実現したゴルフシミュレーションマシン「GOLFO MAT MARKⅡ」を出展、ゴルファンの注目を集めた。画面は専用大型プロジェクター使用の300インチの大画面で、ボール弾道を画面に実線で表示できるグラフ機能が付いている。また、池に落ちた時や木に当たった時のリアルな音を再現するサウンドシステムも搭載。通常の室内照明の中で使用できる点も特徴だ（実用新案）。コースは米国のペブルビーチ、埼玉国際など内外の有名コースから選択できる。

▲兼松㈱は、屋外で「ライトバルーン」、屋内で「ELランプ」（エレクトロ・ルミネッセント・ランプ）を使用した様々な試作品を展示した。ライトバルーンは、バルーン本体に鉄骨類を一切使っていないので、軽量かつ取付けも簡単に行なえる。現在は自動車用品店等でよく見かけるが、同社では今後、チェーン店を持つスーパーの郊外店に力を入れて販売促進を行なっていく。ELランプは車のスピードメーター等のバックライトとして使われているが、薄板で曲げても輝度を失わず、熱を全く出さない光源という特徴をもっと活かせば用途は無限にあるといわれており、同社ではインテリア、ショーウィンドウ、ピクチャーフレームなどの試作品を展示。各方面から注目を集めていた（製品は住友化学製で、'92JAPAN SHOP出展）。

◀西尾レントオール㈱は、自走式のパレードカー（パレード用ベースシャーシ，佐野車両製）のデモンストレーションを行なった他、コンパクトな屋内仕様の立体迷路「プレイメイズ」（英国製）、本体奥行がわずか6.6cmという省スペースタイプの液晶カラーディスプレイ「ミュージアム」（シャープ製）等各種イベントツールを出展した。

▼グローリー商事㈱は、新製品の薄型高額対応券売機「KM－130M」をはじめとする食券の券売機等を出展。「KM－130M」は、奥行きが30cmという薄型設計。1万円紙幣対応型で、受け入れた1000円紙幣をつり銭としてリサイクル運用する。チケットロール紙がなくなると、自動的に2本目のロール紙に切り替わるオートチェンジ機能搭載で、チケット切れの心配もない。販売内容の設定を行なう操作ボックスには大型液晶画面が採用されており、見やすく使いやすい。また、故障箇所とその解除（修理）方法を表示してくれる故障モードも付いている（国際ホテル・レストラン・ショー出展）。

▲㈱交通公社トラベランドは、案内・誘導の業務サポート機器、タカラのトークロボシステムを出展。同システムは赤外線焦電センサーでお客を素早く確実にキャッチ、音声でメッセージを伝えるもので、パネルスタンド型やターンテーブル型など5種類がある。中でもシングバード・タイプは、ホテル・レストラン等に置かれている鉢植えの樹木に本物そっくりの小鳥をとまらせ、お客が来るとさえずりとともに音声でメッセージを伝えるので環境演出にもなる（国際ホテル・レストラン・ショー出展）。

▲㈱交通公社トラベランドは、おもちゃのタカラと共同でホテル・レストランの売店コーナー等への"提案"という形でブースを構成した。タカラの人気キャラクター商品を中心に消費者ニーズや流行トレンドに沿った商品を選択するだけでなく、商品を陳列するラックや並べ方まで総合的に提案していこうというもので、売店の活性化・高収益化や効率的な新規出店プランを図る上で参考になると、同社では自負している（国際ホテル・レストラン・ショー出展）。

▶㈱プラザは、米国製の移動式噴水を出展。水を入れなければ軽いため、自由に持ち運びができる。ライトの色や噴水の形は変更が可能で、イベント会場や展示会のブース、デパートのフロアなどからの引き合いが多いという。

▲グローリー商事㈱は、Pカード（カード表面に記憶データの印字ができる磁気カード）販売機、Pカードチェッカーなどプカードプレミアムカードシステム機器や硬貨選別銭等、流通業界関連の製品を一堂に集めた。ちなみに、静岡県の小田急御殿場ファミリーランドは4月9日より同社製のカードリーダー「Pカードクループ」（写真右下の丸枠の中）を各施設の乗場に導入、乗物券の代わりにPカードを使い始めている（'92ストア・オートメーション・ショー出展）。

▲㈱宮崎商会は、米国製で9種類の楽器の音色を奏でる「ミュゼル」オーケストラ自動演奏ピアノを中心に、ストリートオルガン、28枚のポスターが回転するスウェーデン製のロータリーピクチャーキャビネット等を出展。同社ではこれらをレストランをはじめテーマパーク等における演奏サービス装置として普及させていきたい意向で、今年後半には自動アコーディオンの販売も開始する予定。

▲㈱ボルテックスは、最新の自動認識コード「カルラコード」を使用した「カルラカード」システムを大々的にアピールした。ちなみに、カルラカードは二子玉川の「ナムコ・ワンダー・エッグ」のチケットとして使用されており、同テーマパークで使われているものと同じシステムのゲートも展示された。同社のブースではカルラカードを使ったゲームなども行なわれ、大勢の人で賑わっていた（'92カード・ビジネス・フェア出展）。

▲㈱日本デスコはカード発券機をメインにした出展を行なった。同社ではAPCS（アミューズメントパークカードシステム）を開発、1昨年、北海道・苫小牧の長崎屋ファンタジードームが同社の専用型APCSを導入している。専用型APCSとは、1日券、回数券を磁気カードにし、お客自身がゲート及びゲート内施設のカードリーダーに読み取らせて改札及び利用点数の自動減算を行なうもので、このシステムも今回出展された。APCSにはもう1つ多目的型APCSがあり、1枚のプリペイドカードで、改札、施設利用からゲート内のレストラン、売店、自販機などの代金まで精算が行なえるシステムになっている（'92カード・ビジネス・フェア出展）。

▲ジーエル開発㈱は4種類の人工芝を用いて微妙なアンジュレーションを可能にしたパターゴルフ「パットマスター」を出展。ユニット式で軽量なため、設置が簡単で運搬も楽。費用の節減にもつながる。また、耐久性・通水性に優れ、鉄製や木製のものと違い錆びたり腐ったりすることがないのでメンテナンスも必要がない。オーダーメイドなので16種類の基本バリエーション以外のコース作成も可能、スペースにあわせて選ぶことができる。省スペース設計で、約165㎡あれば9ホール設置できる。実用新案出願中。なお、同社は「'92イベント・プロモーション・ショー」にもパットマスターを出展した。

▲旭精工㈱は、連続2枚出しを防止する新クラッチ方式と2枚重ねの送出を防ぐ逆転ローラー採用で、誤送出のないカードディスペンサー「CD−200」（テレカサイズ200枚収容）と「CD−1000」（テレカサイズ1000枚収容）をアピール（'92カード・ビジネス・フェア出展）。

▶㈱イマムラはピザバンドの展示を中心に、人間工学的にデザインされ、長時間使用しても疲れにくい「バイオスリッパ」と、パウダーを使用していない極薄タイプの使い捨てビニール手袋「クリーングローブ」の2つの新製品をアピール。

新製品

5月中旬発売予定

namco

通信機能搭載バイクレーシングゲーム

Coca-Cola® Suzuka 8 hours

コカ・コーラ　スズカ　エイトアワーズ

鈴鹿8耐がゲームになった!

最高8シートまで通信可能!!

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズの特長

- 鈴鹿サーキットをリアルに再現。
- 人間VS人間の大白熱バトル!通信機能によるレースの競り合いやおもしろさ、楽しさはすでにファイナルラップで実証済み。
- バイクレースならではのスピード感やコーナーリング中にパスしていくスリルと興奮が体験できます。
- 中継モニターにより、レースの状況をさまざまなアングルから映し出されますので、ギャラリーたちにもレースの雰囲気を伝えゲームを盛り上げることができます。

〈仕　様〉

寸法:W4,420×D2,150×H2,050(㎜)
重量:710kg
消費電力:800W
〒95-3442

「遊び」をクリエイトする――
株式会社 ナムコ

本　社	〒146 東京都大田区矢口2-1-21	TEL.03(3756)2311(大代)
販売部(東京)	〒146 東京都大田区多摩川2-8-5	TEL.03(3756)2311(大代)
(大阪)	〒564 大阪府吹田市江の木町20-10	TEL.06(338)3511(代)
(福岡)	〒812 福岡県福岡市博多区上牟田2-12-24	TEL.092(474)5605(代)

※仕様は予告なく変更される場合がありますので、予めご了承下さい。

namco

Wインカム作戦。

ダブル

Wインカム作戦とは

どちらも体汗ゲームのヒットマシンです。単純明快なゲーム性、幅広い客層に人気を得ています。この2台の強力コンビを併設、設置することによって相乗効果を生み、高インカムを発揮させるという作戦です。

ワニワニパニック

仕様
- 寸法：W1,130×D850×H1,450(mm)
- 重量：130kg
- 消費電力：144W
- ▽91-38011(直流電源装置使用)

カニカニパニック

仕様
- 寸法：W1,130×D830×H1,500(mm)
- 重量：130kg
- 消費電力：144W
- ▽91-45745

通信機能付 第5弾!!

FINAL LAP 2SD

ファイナルラップ2 スタンダード

レーシングゲームのワールドチャンピオン。

仕様
- 寸法：W1,230×D1,610×H1,850(mm)
- 重量：200kg
- 消費電力：175W
- ▽95-3991

＊最高4台8シートまで接続可能です。

パラパラボックス

P.BOX

人気キャラクターが勢ぞろい!!

おれは直角

©小山ゆう/小学館・フジテレビ・スタジオぴえろ

トップストライカー

©NIPPON ANIMATION CO., LTD. 1991

近日登場！乞うご期待!!

おぼっちゃまくん

©小林よしのり・小学館・テレビ朝日

〈パラパラルーレット〉

〈カード〉

カードの裏にはパラパラマンガが。全部そろえたら、パラパラめくって楽しめます。

- 簡単にゲームソフトの交換が可能。
- おもちゃ屋さんやファミリーレストランの店頭に。コンパクトな筐体は設置場所を選びません。

仕様(共通)
- 寸　　法：W360×D530×H1,380(mm)
- 重　　量：45kg
- 消費電力：29W
- ▽91-45399

「遊び」をクリエイトする――
株式会社 ナムコ

本　社　〒146 東京都大田区矢口2-1-21　TEL 03(3756)2311(大代)
販売部(東京)　〒146 東京都大田区多摩川2-8-5　TEL 03(3756)2311(大代)
(大阪)　〒564 大阪府吹田市江の木町20-10　TEL 06(338)3511(代)
(福岡)　〒812 福岡県福岡市博多区上牟田2-12-24　TEL 092(474)5605(代)

※仕様は予告なく変更することがありますので、予めご了承下さい。

アミューズメント産業

1992年 5月号

目次

特集 ハウステンボス テーマパークの手法を取り入れた、新しい形態のテーマタウン 初期投資2200億円は7年で回収？……130

●グラビア
「92イベント・プロモーション・ショー」「レジャー・イノベーション92」……39

●話題
瀬戸内海にコスタ・デル・ソル「呉ポートピアランド」……104

●特報
警察庁「平成3年中における風俗環境の状況と風俗関係事犯の取締り」を発表
・全国でゲーム機等設置の営業所数は3万6993軒、設置台数は43万755台……101

●速報
セガ・エンタープライゼスの家庭用テレビゲーム機「ジェネシス」に特許侵害の陪審員評決
〜セガ、ロス地裁の判決を待ち、控訴へ〜……112

●アンケート調査
テーマ・パークに関する調査 大阪商工会議所が実施、発表……152

JAMMAニュース
日・米3協会のコミュニケーションを更に緊密化で合意！
〜JAMMA・AAMA・AMOAの会長懇談会を催す〜……178

スポット……45
〈オープン〉
◆エキスポランド、20周年を迎え園内リニューアル
◆相模湖ピクニックランドに新施設2つオープン
◆香椎花園、園内一部をリニューアル。新メリーゴーランドをオープン
◆東武動物公園にフライング・キャメロット
◆東京サマーランド、チューチュートレイン導入
◆関西サイクルセンターにサイクル型のパラシュートタワー登場
◆渡辺子供娯楽、宝塚ファミリーランドに新施設
◆西日本レジャー、福岡・天神にアメリカをテーマにした4階建てAMビルオープン
◆コロナグループ、愛媛県に5店目のセガとの共同経営ロケオープン
◆シグマ、上福岡に新ロケーションをオープン
◆日本娯楽機、西友・土浦店のSCロケをリニューアル
〈ニューシステム・ニュープロダクツ〉
◆宝塚ファミリーランド、プリペイドカードシステム導入
◆ダイフレックスクリエーション、「VENTURER」を販売
◆りんどう湖ファミリー牧場、木製浮き桟橋に改修
◆ナムコ、他社との差別化施設として自社ロケに「コミカルバズーカゲーム」
〈展示会〉
◆インターシャウ92開催、2万7000人が会場に
〈発表会・パーティー〉
◆セガ・エンタープライゼス、新製品発表会開催
◆スピルバーグ作品「HOOK」ビデオゲーム化
◆ユウビス、社名変更に続いて新社屋も完成！
〈販売促進〉
◆シグマ、怪物ランドの公演「DOMINATION」をスポンサード。前回公演「WATER」をビデオ化
◆シグマ、TBSラジオの番組をスポンサード
〈訴訟・和解〉
◆旭精工、特許侵害問題で台湾企業を提訴し事実上の勝利を収めて和解
〈新会社設立・人事・移転等〉
◆ナムコ社長交代、中村雅哉会長が社長を兼任。真鍋正前社長は副会長（予定）に就任
◆ホープ、新社屋完成！
◆新会社設立（カプコンヨーロッパ）
◆社名変更・改組（㈱タイトーアルト、㈱サンライト）
◆組織変更・人事移動（㈱ナムコ）
◆人事移動（三精輸送機㈱、データイースト㈱）
◆住所変更（㈱セガ・エンタープライゼス宣伝部・広報企画室、㈱アトラス、㈱テクスメックス、㈱アリサカ、㈱テンゲン）
◆住所表示変更（㈱センシン）
◆訃報（松川保氏）
〈コラム〉
◆コナミ、ECCコンピュータ学院に協力、「第1回R・P・Gシナリオコンテスト」を共催
◆カプコン、月刊誌「ゲーメスト」の誌上でビデオゲーム企画を募集

●アクアレジャー情報……165
▼栗田工業㈱、ウォーターパークの開発から運営までを手がけ、『水を究める』
▼イベント開催でオフを乗り切る「ルネスかなざわ」
▼世界最大の室内型ウォーターパーク、宮崎に出現

●トップインタビュー……162
㈱太陽自動機 代表取締役 宮坂芳男氏

●論説・風知草……174

●東京アーケードゲーム人気ランキング……192

●新製品インフォメーション……194

●協会ニュース……179

●関連ニュースダイジェスト……92

●オペレーター団体活動状況……185

●編集後記……197

表紙のことば●真鍋博

子供は遊びの天才といわれていたのは、どうやら過去の話のようだが、いや、まだまだその片鱗はあるだろう。大人の考え出したオモチャでも、何か余白をのこしておいてやれば、子どもならではのアイデアで、遊びを発見するにちがいない。

■掲載広告主一覧（五十音順）■

㈲アイモ……12
アイレム㈱……23, 123
㈱アクト……202, 203
朝日エンジニアリング㈱……207
旭精工㈱……198, 199, 200
浅海電気㈱……5
㈱アミューズ……18, 19
㈱イマムラ……100
㈱ウイックス……127
㈱エイブルコーポレーション……36, 37
㈱エス・エヌ・ケイ…124, 125, 126, 173
㈱エルテック……176
オー・エス・シー……29
大阪アミューズメント施設営業者事業協同組合……27
㈱小田原機器……73
㈱オーブネス……28
㈱岡本製作所……2
加藤工業㈱……表2対向
㈱カトウ製作所……38
㈱カプコン……121, 164
㈱ケンウッド……113
コナミ㈱……122
㈱小林商事……83
㈱サノヤス・ヒシノ明昌……3
三和電子㈱……176
㈱シグマ……128
システムサービス㈱……21, 43
ジャグディーシュ・シロフ……176
㈱ジャレコ……44
昭和鉄工㈱……13
㈱スクラッチ……30
青少年育成運動協力会……176
㈱セガ・エンタープライゼス……6, 7
泉陽興業㈱……表4
ダイショー商会……120, 164
㈱タイトー……32, 33
㈱太陽自動機……34, 35
タスコ㈱……205
㈱タニガワ……14, 15
㈱ティエラ……164
テクモ㈱……8, 22
データイースト㈱……119
㈱東葉興業……201
㈱トーケン……197
㈱トーゴ……表3, 10
㈱トーワジャパン……16, 17
ナビス産業㈱……24, 25, 26
㈱ナムコ……42対向折込, 42
ニチメン機械販売㈱……表2
日邦産業㈱……206
日本娯楽機㈱……11
㈱ハピネット……93
㈱バンプレスト……92対向折込, 94, 95, 96, 97, 98, 99
富貴商会……31
藤澤事務所……184
豊永産業㈱……4
㈱ホープ……9
㈲ママトップ……151
㈱メキシコ……表3対向
メディア商事㈱……116, 117
㈱友栄……204
㈱ユウビス……114, 115
㈱ユニバース……118
ヨッティングワールド㈱……79
㈲ワンズライフ……20

漫画とTVで大人気

絶賛発売中

6種100個セット ¥28,500

フジTV系
全国大人気放映中!!

クレーン用ぬいぐるみ 大好評発売中

丸出だめ夫

©森田拳次 講談社・スタジオぴえろ

独立キャラが3種セット

ぬいぐるみキャラセット

サイズ18cm
100個 ¥26,800

BU-BUブラッキー
©講談社

さんまのまんま
©関西テレビ・ラック

大好評完売御礼!
次回ロット6月発売
《只今、予約受付中》

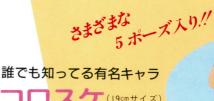
特報
ぼくまんまセット
1種100個セット ¥28,800
(まんまのみのセットです)
6月中旬発売予定

なんたって桃の湯
©小道迷子・小学館

●バンプレスト景品の取り扱い店

SYSTEM SERVICE
システムサービス株式会社
〒173 東京都板橋区大山金井町36-10
シャトーフレンズ1F
TEL 03-3956-3181
FAX 03-3956-3699

さまざまな
5ポーズ入り!!

誰でも知ってる有名キャラ

コロスケ (19cmサイズ)

5ポーズ100個セット ¥30,000
©エポック

JALECO

ARM CHAMPS II™

1. 未来型デザイン筐体でヤング層を魅了。
2. 対戦相手を5人から9人に増やし、超リアル画面に音声合成をプラスして迫力をアップ!
3. 選択、勝ち上がり方式にトーナメント制をプラス(ディップスイッチにより変更可能)し、ロングランインカムを約束。

外形寸法:(H)2,005×(W)790×(D)1,150
重量:約200kg 消費電力:350W

PONY CHANGER II™

1. アミューズメント以外にも幅広く対応した、明るく斬新なデザイン。
2. コインセレクターを電子セレクターに変更し、より信頼性の向上を計りました。
3. ソフトプログラム変更で、メダル払い出し設定の多様化を実現!
4. メダル貸&両替機のJCS-11、メダル貸機のJCS-12、両替機のJCS-13、3タイプ同時発売予定。

外形寸法:(H)1,570×(W)570×(D)420(455MAX)
重量:約195kg 消費電力:待期時45W 作動時300W以下

PONY 40™

1. 40インチ大画面でハイコストパフォーマンスを実現!
2. スーパーウーハー搭載で重低音の迫力。
3. 基板交換も前面操作でスムース。
4. 4人プレイシート設置も可能。(オプション)

外形寸法
(H)1,725×(W)1,080×(D)2,120
重量:約160kg 消費電力:300W

Arabian Nights™

1. アリババと40人の盗賊を題材にした、コミカルで楽しい6人用。
2. 盗賊のジャックポットに入るとデジタルが表示され、アリババが受けるとデジタル表示の数が決定し払い出されるデジタルジャックポット機能付。

外形寸法
(H)2,085×(W)2,090×(D)1,000
重量:約450kg 消費電力:600W

JOYFUL CARDS™

Mini Hunting™

SUPER AXIS™

※改良のため仕様、デザインを予告なく変更することがあります。当社の製品価格には、消費税は含まれておりません。

株式会社ジャレコ
(本社) 〒158 東京都世田谷区用賀2-19-7 ☎03-3708-4811(大代表) 03-3708-4810(販売一部代表)
(大阪) 〒564 大阪府吹田市垂水町3-18-33 ☎06-385-5100(代表)
(福岡) 〒812 福岡市博多区東比恵3-11-18水巻第1ビル ☎092(482)6811(代表)
(サービスセンター) 〒158 東京都世田谷区上用賀5-24-9 ☎03-3420-2271(代表)

エキスポランド20周年を迎え、園内リニューアル

●「風神雷神II」等遊戯施設4種をオープン

エキスポランド（㈱エキスポランド経営、所在地大阪府吹田市）では、今春開園20周年を迎えるにあたり、「1992無限楽園計画」と銘打ち園内リニューアルを実施。3月20日、リニューアルオープンした。総投資額は40億円。遊戯施設4機種を新設し、物販・飲食施設を増強。園内整備の他、案内所や遊戯施設担当、レストラン等セクションごとに新ユニフォームを設けた。

新遊戯施設は「風神雷神II」「トップスピン」「ジャンプ&スマイル」「ビスタライナー」。「風神雷神II」は、園の新しいランドマークとなるスタンディングコースター。『国際花と緑の博覧会』のAMゾーンに設置され、人気ナンバー1となったダブル（スタンディング&シットダウン）レーシングコースター「風神雷神」をスケールアップし、スタンディングのみのシングルコースにしたものである。エントランスから入って左奥の芝生広場だった場所にプ

▲新しいエキスポランドのランドマーク「風神雷神II」。巻き上げ時に万国博記念公園や園の横を走る名神高速が見える。車が豆粒ほどに見え、ファーストドロップのスリルを高める。

ラットホームが設けられ、園のすぐ横を走る名神高速道路から見えるようにコース設定されている。コース全長は1050mで花博タイプの1・5倍、スタンディングコースターでは世界最長となっている。最高部高さは40m。花博タイプより10mアップしている。コース途中には2ヵ所の水平ループが設けられるなどスリル度も増加した。㈱トーゴ（山田數夫社長、本社東京）と泉陽興業㈱（山田三郎社長、本社大阪）が共同製作。

▲「風神雷神II」のプラットホーム下にはファーストフード＆スーベニアショップがあり、コカコーラグッズや同機のキャラクターグッズを販売している。

その他、本機仕様は、最大傾斜角45度、最大速度75Km／h。搬器は4人乗り×6輌連結、ボディカラーが青の「風神」と赤の「雷神」の2編成運転が行なわれている。定員48名、所要時間2分20秒。園の直営施設である。

利用料金は600円で総工費は18億円。園リニューアル費の約半分が同機設置に注がれている。リニューアル後は期待通り2時間待ちの日もあるなど人気が集まっており、同園では利用率50%以上を目指している。

「トップスピン」と「ジャンプ&スマイル」はエントランス入ってすぐの右側のゾーンに設置された。以前くま牧場があった場所である。既にタワー型施設「コンドル」があり、今回のリニューアルではこのゾーンを『ビームスクエア』としてインターロッキングで整備した。

「トップスピン」はドイツ・フス社製のスリルライド。大アームの回転とゴンドラ自体の回転により地面に落とされるような感覚を味わえる施設である。昨年豊島園に設置され、今年に入り後楽園ゆうえんち、ナガシマスパーランド、横浜ドリームランド（4月26日オープン）でも稼動している。定員40名。最大高約18m、所要時間1分15秒、利用料金600円。総工費は5億円でミゼッティ工業㈱（橋本敬造社長、本社東京）より導入、園による直営施設となっている。同園では「風神雷神II」同様利用率50%以上を目指している。

▲エントランス入ってすぐのエリア「ビームスクエア」。「トップスピン」、「ジャンプ＆スマイル」、「コンドル」、カフェ、イベントスペース等が配されている。

◀西日本初登場（ナガシマスパーランドと同時オープン）となるスリルライド「トップスピン」。

「ジャンプ&スマイル」は日本初登場、イタリア・バリビエリ社製のアーム回転型施設。3人乗り搬器がアームにより上下しながら、中心塔の回りを円周運動する。搬器の上下運動は最初ゆるやかに行なわれるが、徐々に速くなり、かなり激しくアップダウンする。円周運動の方も途中逆回転が加わり動きに変化をもたせている。大規模なものではないが、凝った動きをする施設だ。3人乗り搬器14台で定員42名。外柵直径15・8m、舞台直径15・375m、最大時高さ11・5m。利用料金300円。総工費は1億5000万円でミゼッティ工業より導入、泉陽興業が受託運営している。

▲「ジャンプ＆スマイル」。日本初登場である。

「ビスタライナー」は泉陽興業製のモノレール施設。「周遊列車ミニレール」跡地に設置された。約5分で園内をグルリと一周できる。レール全長1180m。1編成運転で、17輌連結（6人乗り客車15輌）、定員90名。平均速度は約20Km／h。利用料金400円。総工費6億2000万円で、園が直営している。

▶「ビスタライナー」。後ろはエキスポタワー。

▶ファーストフードショップ「メイプルハウス」とフルサービスレストラン「ログ亭」。

エキスポランドでは、休日にレストランが混み合うこと、飲食・物販の消費単価に占める割合が低いことなどから、飲食・物販施設を新施設として計7店舗、改装のみ行なった飲食施設1店舗を今回オープンした。ログハウスタイプのレストラン「ログ亭」（約20席、ステーキ等を提供）、ログハウスタイプのライトフードレストラン「メイプルハウス」（80席、ハンバーガー等を提供）、ログハウスタイプのファンシーグッズ販売&スナック店「カウベル」、「ビスタライナー」プラットホーム階下の英国調喫茶店「ビスタラクロス」、お好み焼きが主力の「ビスタ千房」、ファンシーグッズ店「ビスタマザーグース」、「風神雷神II」プラットホーム下のファーストフード&グッズ店「ＥＸＳＴＡ」、「ビームスクエア」にある丸太作りのカフェ「カフェウエスト」（今回改装）である。

同園の客層はファミリーが中心。子供向けのわんぱく広場や家族でお弁当を広げて楽しめるピクニック広場等があり幅広い客層が楽しめる遊園地づくりが行なわれているのが特色だ。しかし、今回のリニューアルは、「風神雷神II」、「トップスピン」等の新設から判るように、特にヤングを意識して行なわれたようである。3月20日から行なわれる春のイベントもヤング集客を図るものだ。イベントは「'92ビッグエキサイティング」と題され、同園の他、サンケイ新聞社、関西テレビ、ラジオ大阪が共催。本場アメリカのストリートダンスショーやロックライブショー、人気劇団『そとばこまち』のステージなどを上演する。

昨年度（平成3年4月〜4年3月）の同園の年間入場者数は164万3351人。今年度はヤングの集客をさらに伸ばし入場者増を図る。

尚、リニューアルオープンの前日にあたる3月19日、一般客50組100名、プレス関係者を招きプレビューを開催。催しホールにてセレモニーも開催された。その席上、挨拶に立った㈱エキスポランド社長・山田三郎氏は「日本万国博覧会開催以来、当地には延べ7000万人の人が訪れ、これまで無事故で楽しんで頂きました。開園20周年を記念して今回リニューアルを実施、若者のニーズに応えた遊戯施設や催しも用意致しました。今後も新しい夢のあるものを導入して、皆様が楽しめる広場となりますよう引き続き努力する所存です」と語った。

▲3月20日～6月7日までの春期イベントの1つ「ダンシングＵＳＡ」を担当するダンサー達がリハーサル。「ビームスクエア」、「風神雷神II」前の広場で連日ダンスパフォーマンスを繰り広げる。

◀リニューアルセレモニーで挨拶するエキスポランド・山田三郎社長。セレモニーには日本万国博覧会記念協会・井上喜夫理事のほか、イベントを主催する産経新聞社・澤昭義専務取締役大阪代表、関西テレビ放送・松本幹男事業局長、ラジオ大阪・松下之彦常務取締役が列席した。

相模湖ピクニックランドに新施設2つオープン

●『アルプス観覧車』、『アルプスリフト』3月20日オープン

▲観覧車。

相模湖ピクニックランド（㈱相模湖ピクニックランド経営、神奈川県津久井郡相模湖町）では、3月20日、観覧車（正式名称「アルプス観覧車」）及び、リフト（同「アルプスリフト」）をオープンした。観覧車は同園敷地内中央に位置する『あいの山』の山頂に設置されており、リフトは山頂までの移動用手段として開設されたもの。これらは昭和47年に開園した同園の20周年を飾る目玉施設。周辺の整備を含め総工費は約8億円。

▲駐車場から「あいの山」山頂の観覧車がよく見える。

観覧車とリフトの名称に「アルプス」の名称が付されたのは、スイスを意識してのこと。同園では「周囲の景観が、スイスをほうふつさせることから、日本のスイスとして、イメージを定着させたい」としている。

「アルプス観覧車」は㈱トーゴ（山田數夫社長、本社東京）製。全高48・5m、リング直径46m、4人乗りのゴンドラが36台で、定員は144名。所要時間12分、1時間当りのキャパシティは720人（180ゴンドラ×4人）。同機の設置されている、『あいの山』の山頂は海抜370m、観覧車の最高到達高度は418・5mに及び、そこからは相模湖はもちろん、津久井湖や高尾・丹沢・富士の山々を望むことができる。

今回、観覧車が『あいの山』に設置されたのは、高い所からの眺望を楽しんでもらうことを目的とする施設は、より高い場所に設置されることで更に効果を高める、との判断からである。そこでいくつかの候補について検討され、地盤に強固な岩盤をもつ同山が選ばれた。同山にはこれまでにも山頂への移動アクセスとして遊歩道的な小道が設けられており、山頂からは素晴らしい眺望を楽しむことができた。しかしその小道が急であることから、山頂へ足を運ぶ入園者が少なかったという。今回の大型遊戯施設の設置は、同山をこれまで以上に有効に活用するという上でも意味があるといえる。また、高所に大型遊戯施設を設置したことでランドマークとしても高い効果が現れており、建設当時から、「いつから観覧車に乗れるのか」という周囲の町民の声も少なくなかったそうだ。

「アルプスリフト」は、安全索道㈱（久保正和社長、本社東京）製。同園のメイン広場である『かえで広場』と観覧車がある『あいの山』山頂への新しい移動手段として設けられた。これで容易に山頂に行けるようになったわけである。数ある移動手段の中からリフトが選ばれたのは、ロープウエーを使うには多少距離が短いこと、エスカレーターを使用した場合、機械化されたハードなイメージが同園のイメージにそぐわないこと、リフトだと工期が短くてすむ、といったことからである。搬器は2人乗りで、8mおきに63基設置されており、7本の支柱によって支えられている。全長247・69

↖

◀山頂に通じる「アルプスリフト」。

m（高低差83・08m）で、『かえで広場』と『あいの山』山頂までの所要時間は約4分。1時間あたり900人の輸送能力を持つ。リフトには法律上の問題もあり、乗降時には計5人の補助員がつき、安全の確保に努める。また、支柱の上部にはスピーカーが取り付けられており、そこからリフト乗車時のBGMとしてヨーデルが流されている。これは利用客にスイスイメージを定着させることを狙ってのことである。

さて、実際の建設にあたっては、同園が神奈川県立公園の普通地域に認定されていることが問題となった。県の条例によると、県立公園普通地域内に高さ13m以上の建造物を建造する場合、所属する行政団体への届出が必要となる。神奈川県でのこうした事例は初めてのこと。まず相模湖町がピクニックランド側の届出を受理、相模湖町と県との間で審査が行なわれた後、景観上問題がないことで設置が実現した。

観覧車とリフトの各々の利用料金は、観覧車が500円、リフトが片道200円、セット料金（観覧車とリフトの往復）だと700円。同園では40％の利用率を見込んでいるが、この数字は低めに設定したものであるという。

これらの施設の施工にあたり、日新歩道建設㈱（森永正隆社長、本社東京）により、山頂までの道路の拡張が行なわれた。これにより、観覧車施工の為に必要な180tのクレーン車の山頂までの移動が可能になったと同時に、施設開業後も、有事の際、山頂まで大型車がスムーズに移動できるようになった。

相模湖ピクニックランドの平成3年度（平成3年4月1日～4年3月31日）の年間入園者数は、約50万人。主な客層はファミリーであるが、最近は若者が増えているという。客単価は3000円強。東京・神奈川からの来客が圧倒的に多い。同園では、今回の観覧車及びリフトの開設により、年間5万人の入園者増、若干の客単価アップを見込んでいる。同園のこれまでの主要施設はキャンプ施設やゴーカート等であり、観覧車の様な大型の遊園設備の設置は今回が初めて。というのも、「自然の景観をいかした施設作り」が行なわれているからだ。それが他園との差別化にもつながるというわけである。今後、大型の遊園施設を導入するかどうかについては、未定とのこと。

尚、3月18日、オープンに先だち、試乗会と竣工披露パーティーが行なわれた。その席上に於て、㈱相模湖ピクニックランドの平野良一社長は、相模湖町町長と町民の理解に感謝の意を表した後、「遊園地に観覧車はつきものであり、当園でも長年設置を夢みてきた。たかが観覧車、されど我が素晴らしき観覧車かな。当園はこの観覧車を誇りに思い、目玉施設に育って欲しいと願っている」と挨拶。上記の、トーゴ、安全索道、日新歩道建設に加え、観覧車の周辺整備とリフトの監視小屋の製作にあたった㈱ダック（前田義正社長、本社横浜市）、関連の電気工事を行なった㈲吉田電業社（吉田大八社長、神奈川県津久井郡相模湖町）の5社に対して、平野社長の手により、感謝状等の授与が行なわれた。

▲竣工披露パーティーの席上で挨拶する平野社長、両脇にひかえるのは本年度の同園のイメージガール。

香椎花園、園内をリニューアル 新メリーゴーランドをオープン

●見せる花壇づくりを目指す

香椎花園（西日本鉄道㈱経営、所在地福岡市東区香住ヶ丘）では、園内の一部をリニューアル、新メリーゴーランドを配し、3月14日、営業を開始した。

同園は花園を有した遊園地として著名。今回リニューアルを実施したのは、園南側にあるバラのトンネルとプールの間にあった花壇のゾーンである。より楽しみながら観覧できる、見せる花壇づくりを念頭に置き、ヨーロッパ調の庭

園にリニューアルした。また、園中心部にあるメリーゴーランドが老朽化したため、新メリーゴーランドを同ゾーンに設置した。メリーゴーランド新設を含めたリニューアル費は2億3000万円。

▲メリーゴーランド。

▲パイプオルガン。

▲リニューアルされたゾーン。

メリーゴーランドは㈱サノヤス・ヒシノ明昌（太田黒尚雄社長、本社大阪）製で、園のオリジナル。同園が花園でもあることから、そのイメージに沿ったコンセプトを持つメリーゴーランドを、と同社に発注した。具体的には中央部が「大木」で、「鳩時計もしくは鳥小屋があり、鳥がさえずる」という内容。実現可能ということで完成した。舞台の中央にはFRP製の大木の造形物があり、9ヵ所に「きのこ」を模した鳥小屋が配されている。鳥小屋には鳥がいて、さえずり音を発する。稼動時はBGMが流れ、音がかき消されてしまうが、さえずりは稼動中および停止中も流す様に工夫、入園者にアピールしている。また大木とつながる舞台の天井には、その葉っぱという設定で意匠が施されている。パラペットも花をあしらったもので、さらに、外柵の柱にも鉢植えが飾られており、花園に相応しいメリーゴーランドに仕上っている。

本体仕様は舞台直径14・03m、外柵直径16m、建屋全高12・3m。馬32、馬車4台（4人乗り）で定員48名。利用料金は大人300円、子供200円。園の直営となっている。オープン後は25%前後の利用率で利用者に好評とのこと。ちなみに同園にはこれで2つのメリーゴーランドが設置されていることになる。古いメリーゴーランドは老朽化したとはいえ、園の中央部に位置しており、撤去後、中央へ配すに相応しい施設、もしくは設備等を容易に決定できないからである。後続施設については現在検討中とのこと。

ヨーロッパ調の庭園には、8ヵ所の芝生が配された。芝生の周囲に植栽を施し、芝生の中に彫刻品の様な鉢を置き、花が植えられている。また、茶色の大理石風のベンチがあちこちに配され、ムードを高めている。さらに、雰囲気づくりの一つとして米国・スティンソン社の自動木製パイプオルガンを川鉄商事㈱より導入設置。噴水等も整備された。

同園では、3月14日より6月14日まで、春期催し物として「地球を這ういきもの」と題し、爬虫類を中心にした600匹程の無料生物展示を実施。現在のところ来園者の7割が利用、好評を得ている。

昨年度年間入場者数（平成3年4月～4年3月）は50万人。うち、家族連れが3分の1。中高校生や近辺にある大学の女子大生のグループなどヤング層が3分の2を占めている。

東武動物公園に フライング・キャメロット

東武動物公園（東武動物公園㈱運営、所在地埼玉県南埼玉郡宮代町）は、3月20日に「フライング・キャメロット」をオープンさせた。

フライング・キャメロットは子供向けのフライング・カーペット型施設。マンガチックなドラゴンをデザインした搬器3基が一列に

配され、それらが同時に稼動することが特徴だ。

そもそも同機は3基で1つの既製製品ではなく、単独のマシンをセット化したもの。話題性と、搭乗客の回転率アップを狙って、こうしたスタイルになった。アイキャッチの面から、利用客が少ない時でも3基全てを動かしている。2人掛け座席4席の8人乗り搬器が3基分で、定員は24人になる。

1基の乗り物寸法は長さ4・25m、幅1・01m。最高地点(稼働時)8m、回転直径5・76m。3基分の平面寸法は間口12・5m、奥行6m。

速度レベルは0~4まであるが、通常時は最高のレベル4で運転している。といっても当園が5年ほど前から設置している「フライング・カーペット」に比べて回転速度は遅く、低学年の子供たちや幼児を連れた親子でも楽しめる程度のものとなっている。身長制限はなく、子供にとって程よいスリルが味わえる速度(定常円周速度194・0m/分、10・7rpm)。

1回の所要時間は1分30秒、後ろ回り3回半、前回り3回半を回転する。利用料金は200円(チケット2枚)。

この新機種はイタリア・ソリアーニ社製。製品名称は「フライング・ドラゴン」であるが、「フライング・キャメロット」の施設名で営業している。施工は㈱タップス(土井照子社長、本社大阪)で運営は同園の直営で行なっている。

▲「フライング・キャメロット」がある第一プレイランドには、同園で一番人気がある「マウント・ロッキー」が建っている。

▲3基が同時に作動し、常に水平な状態が保たれている。

▲色鮮やかな配色で通る人の目を引く「フライング・キャメロット」。子供たちの人気を集めそうだ。

総工費は1億円。

東武動物公園は、遊歩道、園内バスの道路を挟んで遊戯エリアを分け、白鳥の池周辺を第1プレイランド、動物園側を第2プレイランドと呼んでいる。「フライング・キャメロット」が設置されたのは第1プレイランドの中心街。同園の開園以来、第1プレイランドは第2プレイランドに比べて遊戯施設が少なかったが、88年に「カーセル・ウォーター・リリー」、89年に「マウント・ロッキー」をそれぞれオープンさせ、賑わいが比較的少なかったエリアに活気を生み出した。今回の新機種の設置は第1、第2双方のバランスを整え、同時に園の活性化を計った狙いがあるという。それに加え、顧客からの「子供用の遊戯機がほしい」との強い要望も同機導入の大きな要因のひとつであった。

なお、東武動物公園は昭和58年3月開園、今年で11年目を迎えた。平成2年度は10周年記念ということで数々のイベントを催し、それ以前の年間入場者数150万人前後を一気に164万人にまで引き上げた。昨年度も160万人を突破。今年は170万人の大台を目標に少しでも近づける努力をしており、そのためには3年周期で新機種をオープンさせ、20代のヤングを呼び寄せることを大きな課題としている。現在、入場者の50%がヤング層。この数字は着実に伸びているという。

東京サマーランド 「チューチュートレイン」導入

●ビッグドームスリルマウンテンとファミリーパークを結ぶ

東京サマーランド(㈱東京サマーランド経営、所在地東京都秋川市)では、ドイツ・チューチュートレイン社製のトレイン型遊園バス「チューチュートレイン」をニチメン機械販売㈱(廣岡幹雄社長、本社東京)より導入。4月1日から営業を開始している。運営は同園の直営。

同園は、屋内遊園地と屋外遊園

▲今回導入されたチューチュートレイン。
▼ファミリーパーク内にて。取材当日は道路舗装工事のため運行を中止していた。

地から成るビックドーム&スリルマウンテンと、自然と親しめるファミリーパーク、テニスやパットゴルフを楽しめるスポーツパークの3つのエリアから構成されている。

駐車場は、どのエリアにも配置されており、約1000台収容できるゲート前の駐車場で処理しきれないシーズン中は、ファミリーパークやスポーツパーク内の駐車場に流れることになる。これまで同園では、このファミリーパーク内の駐車場とビッグドーム&スリルマウンテンを結ぶコースで送迎バスを往復運行していた。バスは2系統あり、1つは正面メインゲート前とファミリーパーク間、もう1つはホテル前のセンターゲートとファミリーパークを結ぶコース。今回、「夢のある乗物を」ということで、後者コースのバスにチューチュートレインを採用、導入した。ちなみに後者コースにあたる道路は園所有の私道となっている。同園は前述の様に3つのエリアを持つ広大なスケールを誇っているが入園者の中には、遊戯施設やプールのあるビッグドーム&スリルマウンテンゾーンでだけ楽しんで、「狭い」という印象を持つ人もいる。同トレインの導入には、園内奥、つまりファミリーパークまで客足を伸ばし、多くの人にそのスケールをアピールするという狙いもある。自然を活かした同園のもうひとつの顔であるファミリーパークを知ってもらうという意味も含んでいるのだ。

しかしながら現在、同トレインはこのセンターゲート、ファミリーパーク間のコースを運行していない。というのも、コースは工事中のサスペンデットコースターのすぐ横を通過する形になり、今現在使用できないからである。また、シーズン中、1編成では輸送が間に合わない等検討する点が多い。同コースでの本格運行は、今秋以降、検討後になる予定である。

現在、チューチュートレインは、試験的な意味も込めてファミリーパーク内の約1Kmの周遊コースを時速5Km/hで運行している。利用料金は300円。ただし、同園は入場料だけで乗り物乗り放題、プール泳ぎ放題のパスポート形式をとっているので、正規のコースを運行するようになれば、利用料金は入場料に含まれることになる。

「チューチュートレイン」は、ドイツ・チューチュートレイン社製のもので、ニチメン機械販売㈱が国内の輸入総代理店として販売している。今回導入された機種はMジャンボ（TD42型）で、機関車1輛に28人乗り客車を2輛連結した56人乗り。エンジンは日産ディーゼルエンジン4200CC・125馬力を搭載している。導入費用は3600万円。利用率が良ければ2編成運転とすることも考えられている。

同園では、日本初のサスペンデッドコースター「はやぶさ」を建築中で、8月1日オープンを目指して順調に工事が進められている。「はやぶさ」の最大の魅力は、吊り下がった搬器が様々に「揺れる」点である。また、その遊園地に合わせてコース設定がなされ、修景施設も造られるため、オリジナルのアトラクションとなる。発表されたイメージパースでは、水がアーチ状に出るようになっていたが、予算などの関係でレールの傍を噴水のように水が噴き上げる形に変更される。ちなみに「はやぶさ」は、森（ファミリーパーク）から

▲サスペンデットコースター「はやぶさ」の完成予想模型。

エサを求めて出てくる鳥（はやぶさ）をイメージしてネーミングされた。

同園の昨年度入場者数（'91年4月～'92年3月）は、144万人。客単価は4500円。本年度は新機種導入効果により、入場者数159万人を目標にしている。

東京サマーランドは、幼児から老人まで楽しめる総合レジャーランドを目指してオープンしたが、年々スリルライドが増え、年齢制限のあるアトラクションが多くなった。一方、この子供の乗れるライドが減ったという点を補う意味も含めて、同園に隣接するように3～13歳をターゲットとして東京セサミプレイスがオープンしている（東京サマーランドは東京セサミプレイスの出資会社のひとつ）。各々2園の相乗効果については、客層のターゲットが違うためそれほど目立たないそうである。

今後の予定としては、GWに、「カンつみBANG！BANG！」等のイベントを実施。5月3・4・5日は夜8時迄の営業となる。また4月29日より屋外プールゾーンのジャンボプールとフリーフォールスライダー、スピードスライダー、スクリーマーが営業を開始する。

『絶叫スライダースクリーマ』は、2人乗りゴムボートで、チューブの中を通り抜けると45度の急斜面をいっきに滑り降りる同園オリジナルのスライダーで、昨年オープンしたもの。

関西サイクルスポーツセンターに サイクル型のパラシュートタワー登場

●同園と奥村組と日立造船とで共同開発

関西サイクルスポーツセンター（㈶自転車センター経営、大阪府河内長野市）では3月19日、同園と日立造船㈱（藤井義弘社長、本社大阪）と㈱奥村組（奥村俊夫社長、本社大阪）が共同開発したサイクルタイプのパラシュートタワー施設「サイクル・パラシュート」をオープンした。以前BMX（マウンテン・バイク）のレース場があった場所、標高300mの高台に設置されている。BMXブームの下火からの利用客減少が目立ち始めたため、今回のこの新機種のオープンとなった。

同機は、通常のパラシュートタワーと形状は似ており、各ゴンドラは上部を布製パラソルで覆っている。しかしゴンドラ内部にはサドル、ハンドル、ペダルの装置が2台備えつけられている。そして、このペダルを漕ぐことによってゴンドラは上昇していき、最高地点からは大阪湾や六甲山などが一望できる。

上昇メカニズムは、ペダル回転による力を電気変換し、モーターによってワイヤーロープを巻き上げるというもの。ペダル回転数に応じて電気出力が変化し、上昇速度が変化する仕組みになっている。つまり、ペダルを速く漕げばその分、速く上昇するというわけだ。ペダルを漕ぐのを中止すれば電気出力も停止し、下降するようになっている。また最高上昇地点ではペダルを漕ぎ続けることによって同じ高さを維持。ペダル回転を停止させると5秒後に下降する。下降時はモーターにブレーキがかかり、エレベーターが降りていくようなフワーッとしたようなスピード感覚が楽しめる。上昇速度は0・45～0・8m／秒、下降速度は4・

▲「サイクルパラシュート」の手前には、変り種サイクル広場がある。連日多くの人でにぎわっている。

▶子供たちでも簡単にペダルをこぐだけで上へ上がっていける。

0～2・0m／秒。

1回の所要時間は1分30秒で、時間内であれば何度でも上昇下降をくり返すことができる。利用料金は1回500円。身長110cm以上の人のみ利用できる。

中心支軸となる鉄塔は高さ42・75m、外柵の外径は23m。2人乗りゴンドラが8基ついていて定員は16人。

周知の通り、同園は国定公園内ということから自然環境を損なわないような景観と、全ての遊戯機に統一した〝自転車〟というテーマの基に運営されている。そのため同機は大型遊戯機パラシュート・タワーの自転車化ということで発案された。製作に当たっては各地遊園地に設置されたパラシュート・タワーを視察、検討を数年間重ね、日立造船㈱に開発・製造を依頼。競輪公益資金の援助を得て、昨年9月着工の運びとなったという。ちなみに施工は㈱奥村組。総工費は4億円。この新機種は同園のオリジナル機種であり、もちろん世界でも初めての登場である。子供からヤング層まで喜んでもらえることを狙いとしており、ゴールデン・ウイークの目玉機種として同園では大いに期待している。

●　●　●

なお、関西サイクルスポーツセンターは約20万㎡の内、3分の2は緑という豊富な自然環境の中にある。日本自転車振興会より競輪収益金の一部補助をうけて運営されており、自転車を通して自然の中でスポーツを楽しむということを目的としている。年間入場者数は昨年で約45万人、客層は大人40%に子供60%の割合、団体（25名以上から）、個人の割合でいうと35%、65%だという。人気遊戯施設は利用率が80%もある「変わり種サイクル広場」（30分400円）。100種類、1000台の自転車で大人から子供まで遊べるというものだ。他にも「サイクルコースター」なども人気があり、当然「サイクル・パラシュート」もその仲間に入ると見込まれている。今後の課題として、老朽化した遊戯機具の転換のほか、マイカー利用客の増大を予想して駐車場の拡大が挙げられている。また20周年に向かって（昭和49年開園で今年で18年目）、数々のイベントも企画中とのことだ。

渡辺子供娯楽 宝塚ファミリーランドに新施設

●ポップンタックルを新規導入

宝塚ファミリーランド（阪急電鉄㈱経営、所在地兵庫県宝塚市）で委託営業を行なっている㈲渡辺子供娯楽（渡辺佐代社長、本社宝塚市長寿ヵ丘）では、同園のファミリーゾーン・ポップンランドの一画に、子供向け回転施設「ポップンタックル」とレール走行式乗物「ファミリートレイン」を3月19日にオープンした。

新施設2機種を開設した場所は、自動車型車輌と機関車型車輌によるレール走行式乗物を営業していたところ。今回、駅舎の部分を「ポップンタックル」にリニューアル、残りのスペースにこれまであったレール走行式乗物の規模を縮小して「ファミリートレイン」が配された。また、両施設の上部や周囲を覆う囲いも整備された。夜間営業を考慮に入れ、これらの囲いにはイルミネーションランプが取り付けられている。リニューアル費用は5000万円。

▶ボールプールの湖の上を渡る「ファミリートレイン」。

▲「ポップンタックル」。

▲2施設のあるゾーン。夜間はライトアップする。「ポップンタックル」、「ファミリートレイン」とも3歳以上から利用可能。

アルは朝日エンジニアリング㈱（佐原十郎社長、本社徳島市）が担当、新機種は2施設とも同社より導入された。

「ポップンタックル」は英国モダンプロダクツ社製の子供向けトラバント。数珠つなぎになった搬器が回転しながら傾斜する。定員は子供32名（大人16名）。本体直径5m。所要時間は2分弱。利用料金200円。尚、同機のみの導入額は約2000万円となっている。

「ファミリートレイン」は朝日エンジニアリング製、250㎜ゲージのレール走行式乗物。2人乗りの機関車型車輛9台が送り出し方式でレール上を走行する。レール全長66m、所要時間2分弱。利用料金200円。

同施設は朝日エンジニアリングのシステム『アニメのれるランド』を使用したものであるが、同園のタイプは送り出しを自動でも行なえるように改良された新型システムになっている。プラットホームに戻ってきた車輛は自動的に降車ホームで停止、前車輛が発進すると乗車ホームに移動、数秒停止した後、自動的に発進する。従来型は発進操作が手動でしか行なえなかった。また、車輛のカラーリングも今回一新されている。

オープン後の利用状況だが、「ポップンタックル」の方は小学生高学年などに好評、「ファミリートレイン」は幼児から小学生1・2年生を中心に人気があるという。特に「ファミリートレイン」は、来場して1回乗り、帰りにもう1回乗ったりと、1日に3、4回利用する人が多いという。宝塚ファミリーランドでは、3月25日にプリペイドカードを導入しており、1枚のカードで複数名の利用が可能なシステムになっている。渡辺子供娯楽によると、幼児と小学生を連れた親が、幼児を乗り物に乗せる際「おにいちゃんも乗れや」と、気軽に2人を乗り物に乗せるようになったという。1枚のカードでの複数利用は利用者の2～3割を占めているとのこと。

同社では、園総入場者の5％、約15万人が1年間に両施設を利用すると考えており、両方合わせた年間売上げ目標は3000万円となっている。

なお、同社の宝塚ファミリーランドにおける委託施設数は現在6ヵ所。

西日本レジャー、福岡・天神にアメリカをテーマにした4階建てAMビルオープン

●ゾーニングとプラン構成はテクスメックスが担当

九州地方を中心にホテル、レストラン、パチンコ店などの経営を行なっている城山観光グループの関連会社、西日本レジャー㈱（保太規社長、本社福岡市博多区）は3月20日、福岡市中央区天神に同社初の自社ロケ、4階建ての「ザ・カーニバル」をオープンした。総費用は約7億5000万円。これにより、同社はアミューズメント業界（以下AM業界）に本格参入する。

西日本レジャーでは、前述の3事業主体の会社運営を行なっているが、①ホテル、レストランの展開は経費がかかるわりに利幅が少ない②パチンコの他にもう1つ新規事業を始めたい——などの事情からAM業界進出を決めた。進出に際し、同社は各メーカーと積極的に接触、セガとの共同経営の話もあったが、全店舗直営の歴史を持つ同社は手づくりで1からやっていく方針を固め、今回の自社ロケオープンとなった。

オープンに当たっては、㈱テクスメックス（松田規義社長、本社東京）とアドバイザー・スタッフ契約を結び（契約有効期間はオープンまで）、同ロケのゾーニングとプラン構成はテクスメックスが担当した。西日本レジャーでは今

後もテクスメックスとの協力関係を続けていく意向で、年内には首都圏に2店舗（SCロケと郊外型ロケ）を出店する予定。

ザ・カーニバルは、オフィス街であると同時にヤングの街でもある福岡市の繁華街、天神地区のほぼ中央に位置する。この場所は、以前西日本レジャーの経営する海鮮料理レストランだった場所で、土地も同社の所有。今回のオープンに際して、床と柱、天井部分を残してすべて解体、新たにつくり直された。

同ロケの外観は、一昔前のアメリカのホテルといった感じで、壁は淡い緑色、窓枠は深緑とグリーンを基調としたデザインになっている。建物は4階建てで、1階が体感・カーニバルゲーム、2階カジノゲーム、3階スポーツゲーム、4階ビデオ・体感ゲームと、フロアごとにコーナーが設けられている。各フロアの営業面積は、それぞれ約264・5㎡。全体としては、新製品と人気機種を幅広くそろえた魅力あるロケに仕上がっている。

▲米国の一昔前のホテル風の外観を持つザ・カーニバル。

1階体感・カーニバルゲームコーナーは、手前が体感ゲーム、奥がカーニバルゲームと大きく2つのゾーンに分かれている。内装に関しては特に際立ったものはないが小綺麗（こぎれい）にまとまっている感があり、照明はカラフルな細いネオンライトと小型電球による装飾が中心になっている。機種構成は一般アーケード・カーニバルゲーム16台、ビデオゲーム16台（うち体感もの13台、ガンシューティング2台）、プライズマシン4台、占い機2台の計38台。

▲カジノゲームコーナーと人気を2分する1階体感・カーニバルゲームコーナー。写真手前はマッドドッグマックリーを楽しむカップル客。

入口正面にはアイキャッチャーとして「D^3ボス」が置かれ、人気を集めている。同ロケの営業時間は午前11時から午前0時までだが、同マシンはオープンから午後10時頃までほとんど休みなく稼動しているという。マシン自体の外観が目を引くこともさることながら、同マシンの上部に円形の青いネオンライトを配し、さらに3台のモニターテレビを設置してマシン内部の映像を映し出すなどの工夫をしており、通りからでは人ごみで同マシンが見えないほど。また、カップル客をあてこんで、2人乗りのD^3ボスを導入したロケ側の狙いもまんまと的中した感がある。

▲1階入口にあるD^3BOS。ほとんど稼動という超人気で回りの人ごみもすごく、外からではマシン本体が見えない。

一方、カーニバルゲームはすべて米国製。日本製に比べるとデザイン等あまり凝っていないが、それが逆に素朴でいかにもカーニバルゲームといった感じがし、目新しさと相まって楽しいお祭り的雰囲気を醸し出している。

この他、1階で目に付いたのはエレベーター脇に置かれた占い機「ファラオの予言」。エレベーターの待ち時間に遊んでもらおうという狙いだ。また、入口右側の階段

▲すべて米国製というカーニバルゲーム。素朴な感じが目新しさと相まって好評を得ている。

◀エレベーターの待ち時間に遊んでもらおうと隣に設置された人気のファラオの予言。

横には通りに面して休憩カウンターも設けられている。

2階カジノゲームコーナーには、シングルゲーム60台、マスゲーム10台の計70台のメダルゲームが設置されている。本場ラスベガスのカジノが目標という同コーナーは、柱を囲んでいる赤と青のネオンの鮮やかさが印象に残る。対人ゲームはないものの、10台のマスゲーム、特にロイヤルアスコットやプッシャーゲームを中心に高い人気を集めており、カーニバルゲームと並ぶ同ロケの目玉的存在になっている。

雰囲気を大切にする同コーナーでは、時間に関係なく18歳未満の客の入場を終日禁止している。メダルは地域の相場である、1枚20円で営業、貸し出しを行なっている。

▲1階入口左に並んでいるファイナルラップ2の上部に設置された3台のモニターTV。現在は鑑賞用ビデオをながしているが、ゆくゆくは各階のビデオをながして案内に使う予定。

▲本場ラスベガスのカジノを目標にしているカジノゲームコーナー。柱の回りの赤と青のネオンが印象的で本場のカジノに近い雰囲気が感じられる。

3階は一般アーケード・カーニバルゲーム19台、プライズマシン8台、ビデオゲームのガンシューティングもの1台が置かれているスポーツゲームコーナー。人気ゲームはエアホッケー、バッティングチャレンジ、米国スタイルの輪投げ・リングボトルなどで、カップル客をはじめ複数で楽しんでいる姿が目立つ。

4階のビデオ・体感ゲームコーナーの総ゲーム機台数は、ビデオゲーム46台（うち体感もの13台、ガンシューティングもの2台）、フリッパー4台の計50台。50インチ大型画面のビデオゲーム「天画」も2台入っている。人気はアップライト型のガンシューティングゲーム「ターミネーター2」。

同ロケの客層のターゲットは、カップルを中心としたヤングアダルトで、現在のところ客層は狙い通りだという。単なる繁華街でなく、オフィス街でもあるため、平日は昼休みにサラリーマンやOLなども来店、午後3時以降は中高生中心で、6時過ぎからカップルやサラリーマンの姿が目立つそうだ。また、土曜日はどちらかといえば平日のパターンに近く、日曜日はファミリーとカップルが主要客層であるという。

1日の入場者数は、オープン10日間の平均から2500〜3000人程度と推測。オープン前に行なった宣伝（2万枚のチラシ配布やテレビCM等で、総宣伝費は約2400万円）が功を奏した格好だ。入場者の男女比では、女性6に対し男性4と女性客の方が多く、女性だけのグループも目立ってきているという。

平均客単価は、ゲームの立見客も多いため単純に入場者数から割り出せず、かなり大雑把な数字ではあるが、同ロケでは1000円程度ではないかと見ている。フロア別の売上比率では、1階と2階が30％強、3、4階がそれぞれ20％弱となっており、同ロケの狙い通り体感・カーニバルゲームコーナーとカジノコーナーに人気が集まっているようだ。

月間売上は当初4500万円程度を見込んでいたが、オープン10日間の売上は予想の2倍近くになっ

▲3階のスポーツゲームコーナー。エアホッケーは根強い人気がある。

▲スポーツゲームコーナーにあるバッティングチャレンジ。カップルでプレイする姿が目立つ。

ており、このペースでいけば月額9000万円近くにまでなる計算。

運営方針では、人的サービスに重点を置いており、客と機械の間に入ってどうサービスするかを課題に、ホテルやレストランで培ってきた同社の接客ノウハウを活かしていきたいという。その基本として同ロケでは①清掃②きれいな機械③客の気持ちを察したサービス——の3点を挙げており、まずは与えられた仕事をきちんとこなせるようスタッフ教育を始めている。

今後の運営に関しては、各フロアごとにイベントを定期開催していきたい意向でスタッフにも意見を出させており、現在体感ものやメダルゲームの大会などの案が出されているという。また、特に力を入れている2階のカジノコーナーでは、機械とゲームのおもしろさに加えて、客を熱くさせるような演出もしていきたいとのこと。

今後の出店予定は、前述の首都圏の2店舗の他、北九州でも出店準備（年末か来年早々オープン予定）を進めており、当面は九州地区と首都圏を中心に自社ロケの展開を図っていく予定。

▲米国製のカーニバルゲーム。左からグラスの口にスポンジボールを投げてのせる「グラスボール」、空きビンの口にリングをひっかける「リングボトル」、カンをお手玉で倒す「カンダウン」。

◀ゆったりしたスペースに新製品、人気機種を豊富にそろえたビデオ・体感コーナー。

<ザ・カーニバル>

福岡市中央区天神2－6－21
☎092(741)2211

1F

レイアウト図

両……自動両替機
自……自動販売機

階段 / カウンター / 柱 / ポーラーローラー / ポーラーローラー / コズモギャングズ / フットボールチャレンジUB・QB / スーパーバスケット / ノックダウン / ブームボール / ミュートアウト / スティールトロン / イグゾーストノート / カニカニパニック / スキーボール / スキーボール / スキーボール / スーパーモナコGP / グランプリスター / グランプリスター / マッドドッグマックリー / ドリームキャッチャー / ニューUFOキャッチャー / カンアレイ / カンアレイ / ラッドモビール / スティールガンナー / サイドワインダー / サイドワインダー / レールチェイス / タイムトラベラー / ニューファイナルラップ2 / D3BOS / 倉庫 / ファラオの予言 / エスカレーター / エレベーター / ドリームキャッチャー / 階段 / 占い / 休憩カウンター / 入口

2F
レイアウト図
メ……シングルメダルゲーム
メ貸……自動メダル貸機
ブラックジャック
ビンゴサーカス
階段
カウンター
ミルキーウェイ
柱
ブラックジャック
ダービー
ルーレット
エスカレーター
ロイヤルアスコット
男子トイレ
ニューペニーフォールズ
ニューウェーブ
エレベーター
ラストクィーン
女子トイレ
3F
レイアウト図
プ……プライズマシン　両……自動両替機　玉……自動玉貸機
ターゲットカーニバル
グラスボール
リングボトル
カンダウン
スーパーショット
ショットスーパー
自販機
カウンター
スピードサッカー
ゴーリーゴースト
パラダイスアレイ
エアホッケー
フットボールチャレンジ UB・QB
ニューUFOキャッチャー
ウオッカモール
ボーラーローラー
ドリームキャッチャー
バッティングチャレンジ
ロッカールーム
4F
レイアウト図
ビ……ビデオゲーム
両……自動両替機
天画
オフィス
パワーホイールズ
ラッドラリー
テーブル
スターブレイド
ターミネイター2
グランプリスター
SG-4 NAVY
GPライダー
ニューファイナルラップ2
ゴーリーゴースト
レールチェイス
フリッパー
女子トイレ
男子トイレ

コロナグループ、愛知県に5店目のセガとの共同経営ロケオープン

●カラオケ、カフェ、シミュレーション施設を併設

▲宇宙ステーションをイメージしてつくられたタイムトラベル館。

愛知県内で35の映画館と6つのパチンコ店を経営する㈱コロナ（定光社長、本社愛知県小牧市）を中心とするコロナグループは昨年12月21日、愛知県小牧市にある同社経営のパチンコ店、映画館などの入った複合ビル、小牧コロナ会館の西隣に、同社とセガ・エンタープライゼスとの共同経営ロケ「エキサイティングゲーム・バイオレンス」の他、カラオケ、カフェ、シミュレーション施設を併設した2階建てのアミューズメント施設「小牧キャットワールドタイムトラベル（タイムトラベル館）」をオープンした。建設費をはじめとする総費用は約15億円。運営はコロナが行ない、セガは保守管理を担当する他、必要に応じて様々なサポートをしていく。セガとの共同経営ロケは一昨年夏の1号店に始まり、今回が5店舗目（いずれも愛知県内のコロナ経営パチンコ店の敷地内にオープン）。4月25日には同ロケの脇に、コロナ経営のおもちゃと小物の店「グッデーキャット」をオープンさせる予定で、現在同じく愛知県内にセガとの共同経営ロケ6号店の出店計画も進めている。

▲タイムトラベル館と同じ敷地内にある映画館とパチンコ店などが入っているコロナ会館（左）。右は4月25日オープン予定のコロナのおもちゃと小物の店「グッデーキャット」。

コロナはこれまで、パチンコ店と1つの建物の中に小さな劇場をいくつもつくる米国式の小映画館を併設した形の出店を行なってきたが、集客力が不十分なため、さらに飲食、物販、カラオケ、アミューズメント施設加え、家族で来て楽しめる「1つの街」的な複合施設づくりを目指すことになった。セガとの共同経営ロケもその一環で、前述したコロナの方向性と、ゲームセンターでもアミューズメント施設でもない、面積6600～9900㎡程度の全天候型ミニテーマパークの展開を進めているセガの方向性が合致したことにより同ロケ開設に至った。

タイムトラベル館は、名古屋市のベッドタウンの1つ、小牧市の国道155号線、同41号線、県道158号線に囲まれた一画に位置している。同地は以前、コロナ経営のカラオケキャビンのあった場所で、近くには名神・東名高速道路小牧インターがあり、車での来店に適した立地条件となっている。小牧コロナ会館と併せた総敷地面積は約1万2900㎡で、駐車場収容台数は700台。

2階建ての同館は、1階がセガとの共同経営ロケ「エキサイティングゲーム・バイオレンス」、2階がカラオケの「セーフティーゾーン」、カフェ「ラストリゾート」、シミュレーション・シアターの「ビーム・スキャン・バス」（以下BSB）の3ゾーンに分かれている。営業面積は1、2階とも約890㎡。

同館のテーマは、名前が示す通り「時間旅行」。宇宙ステーションにタイムスリップしてしまい、エイリアンの侵略危機にさらされているという状況設定をもとに、宇宙、ハイテク空間をイメージして内装、外装が施されている。宇宙ステーションを想定した外観はシルバーのメタリック調で、数本のアンテナがより宇宙ステーションらしく見せている。エイリアンに侵略された場所は岩に変わるというストーリー設定に基づき、中

↖

▲1階正面入口から2階へ上がる階段とエスカレーター。ドーム型の天井に取り付けられた青のネオンライトが流星にも似て、テーマである宇宙を感じさせる。

央入口周辺はごつごつした岩石のつくりになっている。

中央入口を抜けると、正面にドーム型天井に青のネオンライトを配した階段・エスカレーターがあり、宇宙ステーション内部というムードづくりに一役買っている。

1階は、ビデオ・体感コーナー、プライズマシン・カーニバルゲームコーナー、メダルゲームコーナーの3つに大きく分かれている。内装は前述のテーマに基づき、手前が岩石、奥が金属適な感じにつくられ、壁や天井のところどころに戦闘のあとを思わせる裂け目と炎、放電する電流などをイメージした装飾がなされている。

中央入口左側には岩石のオブジェに囲まれた「R—360」が置かれ、ビデオ・体感ゲームコーナーへと導いている。岩石の上部からは放電電流を思わせる赤のネオンライトが天井の上部や他の柱へ向かって伸びており、小型宇宙船のイメージを持つR—360も含めて1つのアイキャッチ用オブジェのように演出されている。

▲1階正面入口左側にあるR—360。回りを囲む岩石と上部にある放電電流のような赤いネオンライトとともに1つのオブジェを形成しているようだ。

ビデオ・体感ゲームコーナーにはビデオゲーム31台（うち体感もの13台、ガンシューティングもの2台）。プライズマシン10台、一般アーケード・その他6台があり、さらに、東京・後楽園ゆうえんちに次いで全国2台目の設置となったスペースシューティングゲーム「サイバードーム」が設置されている。

後楽園ゆうえんち内のサイバードームはハーフミラーを使用して間接的に映像をスクリーンに写し出しているが、同ロケのものはハーフミラーを使わず、プロジェクターをスクリーンの後ろに置いて直接投影を行なっているので映像がよりクリアに映し出される。全国2番目の設置ということもあり、まだ一般客の間でどういう内容のゲームかもあまり知られていないため、人気の方は今ひとつ。同ロケでは数回遊んでもらえばおもしろさがわかってもらえると見て、場内放送でプレイ参加の呼びかけなどを行なっている。利用料金は500円（コインオペ）。

▲スペースアクションシューティングゲーム「サイバードーム」のシアター内部。後楽園ゆうえんちのものとほとんど同じだが、こちらはハーフミラーを使った間接投影でなく、直接投影を行なっているので映像がよりクリアーになっている。

プライズマシン・カーニバルゲームゲームコーナーにはカーニバル・一般アーケード・その他13台、プライズマシン6台が置かれている。プライズマシンではやはりクレーンものに人気があり、カーニバルゲームも含めて安定したコーナーであるという。

メダルゲームコーナーは、シングル30台、マスゲーム9台の計39台が設置されている。照明は壁や天井の装飾から洩れる赤いライトの他、柱の回りにある薄暗いライト、壁際の青いライトのみだが、一部外光が入って来るのでそれほど暗くはない。

ロイヤルアスコットを筆頭に人気の高いメダルゲームコーナーは、ゲームの種類別売上比率でも約40%と一番高い。ちなみに、残りはビデオ・体感もの、プライズマシンが各25%、カーニバルゲーム10%となっている。メダルは地域相

▲天井や壁が裂けて燃えているような内装のメダルゲームコーナー。同ロケの売上げの約40%を占める人気コーナーだ。

場の1枚20円より10円高い30円で営業。建物自体イベント的なものにもかかわらず入場料をとっていないので、その分やや高めに料金設定したという。

1階の1日の入場者数は平日で1000人弱、土曜日約3000人、日曜日約5000人。平日は学生が少なく、夕方から高校生やサラリーマン、カップル客が増えてくるという。土曜日の来客は昼過ぎからで、ほとんどがヤングアダルト。ファミリー客はほとんど見られないそうだ。日曜日は土曜日と逆でファミリー層が中心。同じ敷地内に映画館があるので、家族で映画を見てから同ロケに来るパターンが多いという。土、日の夜が混雑のピークで、人垣でゲーム機が隠れてしまうほどだそうだ。同ロケがターゲットにしているヤングカップルも多く、まずは狙い通りのようだ。

平均客単価は、まだ統計をとっていないのでノーコメント。月間売上目標額は未公表。

一方、2階に上がると正面にカフェ「ラストリゾート」がある。青い宇宙空間が壁いっぱいに描かれているシミュレーション・シアター「BSB」の出口の所にも客席が設けられており、宇宙で食事をしている気分が味わえる。メニューもスペースマウンテン（焼おにぎり）、コスモライス（ピラフ）といったユニークな名前が付けられており、違った意味でまた楽しめる。

カラオケの「セーフティーゾーン」は全18室。海の中や宇宙の彼方など様々な場所をイメージしてつくられた部屋は、フロントの前にあるパネル写真で選ぶことができる。料金は室料のみで、5～6人用の部屋で平日午後6時まで1500円、以降500円増し。日曜・祭日は終日2500円。1日の入場者数は平日約100人、週末300～400人。

▲2階にあるカフェ「ラストリゾート」。シミュレーションシアターの出口のところにも客席があり、壁面に描かれた雄大な宇宙の雰囲気を満喫しながら飲食ができる。

▲2階のカラオケルーム「セーフティーゾーン」。内装はメタリック調でシェルターのイメージを出している。部屋はフロントの前にあるパネル写真で選べる。各部屋にはカラオケ採点機がついており、設定された点数と同じ点をとると景品がもらえる。人気のある部屋は「ホエール」ルームと「NYシティー」ルーム。

シミュレーション施設の「BSB」は、受付カウンターに行くまでの通路でまず楽しめる。チケットマシンの形はまさに未来の大型コンピューター。上部のパイプが時々音を立てて振動し、実際に作動している感じを与えるなど細かな点にも気を配っている。後ろには宇宙空間のパネル、入口はネオン輝くハイテクなイメージで雰囲気を盛り上げている。利用料金は1人800円。

通路は、宇宙空間からある星に到着、さらにハイテク感覚のゲートをくぐり抜けて受付カウンターにたどりつく宇宙旅行をイメージしてつくられている。そして、いよいよBSBに乗り込む、という具合だ。BSBは日本電子光学製で、座席部は大手油圧メーカーのカヤバ工業が下請けで製造を担当。

上映中のソフト「スペース・スクランブル」も日本電子光学製で、スターツアーズのようにスペースシップで宇宙空間を駆け巡る内容のもの。いん石や流星と衝突するシーンは迫力があり、座席の振動も32席の劇場としてはかなりパワー

▲宇宙の未来を感じさせるＢＳＢのチケットマシン(上)。入口はスペースシップへの搭乗口を思わせるハイテク仕様(下)。受付カウンターまでの通路は、宇宙空間～惑星到着～ゲートと続いており宇宙小旅行をテーマにしたようなつくりになっている。

▲ＢＳＢのシアター内部。スクリーンサイズは5000mm×7600mm。フィルムは35mm８パーフォレーション。施設は日本電子光学製で、座席は大手油圧メーカーのカヤバ工業が下請けで製作した。上下ストロークは200mmで、傾きは±15°。この規模の施設としてはパワーが大きく、振動が激しくて後頭部をぶつける人も多いという。

〈タイムトラベル館〉

愛知県小牧市大字間々片山181－１
☎0568(73)7022
営業時間
ゲーム、ＢＳＢ　午前10時～午前０時
カラオケ、カフェ　午前10時～午前２時
（金・土・日祝日前は午前５時まで）

1Fレイアウト図

※ビ……ビデオゲーム，メ……メダルゲーム，プ……プライズマシン，両……自動両替機，自……自動販売機，ジ……ジュークボックス，メ貸……自動メダル貸機

2Fレイアウト図

※セーフティーゾーンの番号はカラオケルームの番号を表す。

がある。搭乗中に後頭部をぶつけるという搭乗者アンケートの多いのもこのため。

搭乗者は平日で1日200人前後、週末で約1000人。ソフトが1本しかなく、新作ソフトの製作も遅れているため、最近は搭乗者がやや減少傾向だという。そのため、同館ではコロナの映画館での入場券とBSBのチケットをセットにした割引券の販売を行なっている。また、木曜日をサービスデーと定め、搭乗者にカフェ「ラストリゾート」の無料チケットの配布サービスもしている。

全館の運営方針としては、まず第1に接客マナーを重んじ、言葉遣い1つから始まって徹底的にスタッフ教育を行なっている。また、清掃にも力を入れており、事務所内の壁には細かく具体的にチェック箇所を書いた大きな紙が貼られている。

今後の運営に関しては、まずBSBのソフトを3種類位ストックしてソフトの充実を図る他、月に1度は何らかのイベントを開催していきたいという。

㈱シグマ、上福岡に新ロケーションをオープン

●2月に3店舗オープン

㈱シグマ（真鍋勝紀社長、本社東京）は、2月20日、埼玉県上福岡市の斎藤ビルに「ゲームファンタジア上福岡」をテナント出店、営業を開始した。ロケーションの総投資額は約5億4000万円。店舗面積は839・09㎡。

斎藤ビルは地上4階建て。4階がオーナーの事務所で、1階から3階までが「ゲームファンタジア上福岡」となっている。シグマではオーナーの許可を得て、ビルの正面入口上部に店名の書かれたディスプレイと近未来的な半球状のオブジェを飾り、ロケーションの存在をアピールしている。

▲近未来的なディスプレイが目立つ斎ビルの道路を挟んでファーストフード店がある。

外装については以上の工夫がなされているが、内装については、「ミステリーサークル」というコンセプトをもとにまとめられ、壁面には円を中心とした幾何学模様が描かれている。また2階フロアにおいては、2本の柱の間を結ぶように天井をくり抜き、更に柱の上部を丸くくり抜いてその内部に照明器具を設置、淡い光がフロアを照らす、という仕掛も見られる。

1階の営業面積は、234・3㎡。メダルゲーム、プライズマシン、コクピットタイプのビデオゲーム、ミディ筐体のビデオゲーム、パッティングマシンと、バラエティに富んだ機種が配置されている。この中で入口近くの外部から見やすい所に並べてあるプライズマシンは、同ロケの設置機種の中で最も人気が高いもの。3月中はニューUFOキャッチャー（2台）、ドリームキャッチャー、パラダイスアレイの4台だけで、同ロケ総売上げの22％（約440万円）を稼ぎだしたという。特にニューUFOキャッチャーは、1日平均6万6000円、最高で1日に10万9000円のインカムがあったそうだ。また、入口より向かって左奥には、ワールドダービーを囲むようにシングルメダルゲーム機を配置。カウンターにいるスタッフがゲームの説明を必要とするプレイヤーを見付け易いレイアウトになっている。

2階の営業面積は、237・6㎡。メダルゲームのみのフロアで、1階からは、入口から向かって右手にある階段か、左手にあるエスカレーターを使用して上ることになる。この時、階段を上ってきた場合にはミルキーウェイが、まず

▲1Fのビデオゲームコーナー。壁面にはミステリーサークルをコンセプトにした模様が描かれている。　▲2Fメダルコーナー。

<ゲームファンタジア上福岡>

埼玉県上福岡市福岡
1－8－6　斎藤ビル1～3階
☎0492(67)3006

ビ……ビデオゲーム
メ……メダルゲーム
占……占い機
自……自動販売機

1Fレイアウト図

2Fレイアウト図

すべてメダルゲーム
自……自動販売機

▲柳一夫店長。

3Fレイアウト図

ビ……ビデオゲーム
自……自動販売機

目に入るように設置され、注目度の高い機種や、取っつき易い機種を目立つ位置に配置している。メダルは1枚30円で営業、10枚300円から貸出し（1階のメダルゲームコーナーに於ても同様）。

3階の営業面積は188・1㎡。このフロアはフリッパーが4台置かれているのを除いて、すべてビデオゲームで占められている。同店では、周辺の競合店が1プレイ50円での営業を行なっていることから、それに対抗するため、少し古めのものや人気に陰りが出始めた機種をこのフロアに設置。フリッパーを含め3階設置機種は全て50円で営業を行なっている。

3月の総売上げは1940万円（うち、メダルゲームの売上げが1040万円）。この数字は予想とほぼ一致するものであった。また1日の平均入場者数は、1階が190名、2階が190名、3階が160名で、客単価は1161円。1日の来客ピークは、午後3時から6時で、3月は学校がちょうど春休みに入ったこともあり、中・高生の来客が6割から7割を占めたという。シグマのロケーションが常々目標に掲げている女性客の集客については、柳店長の話によると、「近隣の競合店ではほとんど女性の姿が見られませんが、当ロケにはカップルや高校生・OLの女性だけでの来店もあります。私の勘ですが、（来客者の）2割程度が女性客ではないでしょうか。」とのこと。

さて、2年後には3000万円の売上げを目指す同ロケにとって、最大のネックとなるのが店舗の前を通る道に人通りが少ないことである。駅から近く、西友の隣に位置するのは良いが、1つ駅よりの商店街のある通りに比べると、同ロケのある通りは人通りの点でやや物足りない。オープン時には、駅前でティッシュを配布、ロケーションの宣伝に務めたが、現在では特別な集客の為の活動は行なっておらず、カーニバルゲームやプライズマシンの積極的な導入によって他店と差別化、口コミによる利用客増加を狙っている。また、オープン後まだ1ヵ月しかたっていないことから、ロケの営業のシステムがまだ完全に整理されておらず、柳店長自身もこれまでは事務的な作業に追われていた。そこで今回事務専門のアルバイトを雇うことによって、こうした問題を解決。今後社員は積極的にフロアに出て、ユーザーのニーズを掴むよう努力したいという。

スタッフは社員5名、アルバイト28名（うち、女性5名）。営業時間は午前9時から深夜0時まで。

尚、シグマでは、上記の上福岡店に続き、2月21日には「ゲームファンタジア小岩南口店」（店舗面積488・86㎡、投資総額約3億4000万円）を、2月29日には「ゲームファンタジア西葛西」（店舗面積528・90㎡、投資総額約5億7000万円）を新たにオープン。これで、「ゲームファンタジア」チェーンは、合計53店舗になった。

日本娯楽機、西友・土浦店のSCロケをリニューアル

●「ジャム・タウン」、女性集客目指す

日本娯楽機㈱（遠藤嘉一社長、本社東京）では、JR常磐線土浦駅前の西友・土浦店5階のロケーションを、3月20日、「ジャム・タウン」として新装オープンした。

▲間口の広いエントランスからは中が一望できる。ちなみに同ロケは風営8号店。

西友・土浦店にはファミリー対象の屋上ロケ「スカイ・トレイン」があり、これも同社が運営を担当している。日本娯楽機では、この屋上ロケと5階フロアの一部にゲーム機台数25台程のロケーションを運営していたが、同SC5階のフロア改装を機に、今回5階部分のロケを拡張、総面積約530㎡の店舗とした。規模から考えるとリニューアルというより新規出店に近い。改装費は1億5000万円。

改装前の5階は、主に時節に合わせた催事を開くイベントスペースとして使用されており、今回の

▲ロケ内。ロケ中央の柱の回りにベンダーを配し、さらにベンチがぐるりと取り囲むレストスペースがある。

▲メインエントランスそばにあるメインカウンター。おしぼりサービスも行なっている。

▲メダルゲームコーナーのメイン機種「ワールドダービー」。

◀皆川武男店長。

リニューアルでは、「ジャム・タウン」の他、美容院、フィットネスクラブ、レストランなどが配された。店舗構成を見れば判るように、同フロアは主婦や若い女性層を対象にしており、日本娯楽機では、その点を十分考慮して気軽に立ち寄れる明るい雰囲気の健全なロケづくりを行なった。ちなみにロケ内は禁煙となっている。

同ロケは5階エスカレーターのすぐ隣に位置している。2ヵ所あるエントランスは間口が4m近くあり、気軽に立ち寄れる工夫がなされている。エントランスや店内には球と波状型のネット板を組み合わせた装飾物が飾られ、柱も円柱を多様するなど、柔らかいイメージを前面に押し出している。主婦や若い女性を意識しているとあって、メインとなるエントランス脇には占い機「ファラオの予言」を設置、さらに「NEWUFOキャッチャー」が4台並んでいる。ロケ内は、中央柱を中心にベンチを円形に配したレストスペース、メインエントランスから見てその右側にコクピットタイプのビデオゲームや一般アーケード機、フリッパー、左側にミディ筐体によるビデオゲーム、さらに左側にメダルゲームを配すといったレイアウトになっている。各機種は余裕を持って配置され、ゆったりとした空間に仕上っている。

メダルゲームは「ワールド・ダービー」等マスメダル機5台（うちプッシャー3台）、シングルメダル機19台を設置、コーナーはロケの約3分の1のスペースを占めている。あえてメダルゲームの規模を記したのは、日本娯楽機初めての大人用メダルゲーム設置ロケだからである。同ロケではターゲットを、女性を中心としたヤングアダルトに設定しており、同客層に人気があり消費単価の高いメダルゲームを導入したと考えられる。但し、メダルの貸し出しは1回300枚まで、1日3回までとなっており、こうした規制を行なうことで健全性をアピールしている。メダルは1枚20円で営業、200円10枚から貸し出し。500円30枚、1000円70枚となる。

同ロケの営業時間は日曜日から木曜日までが午前10時から午後9時まで、金・土曜日は午後10時まで。同ロケでは午後6時以降のヤングアダルト、女性客の集客を最大の目標としているが、現在の来客ピークは下校時にあたる午後3時〜5時まで。小・中学生の利用が多い。しかし、徐々にではあるがヤングや女性客、午後6時以降の来場者が増えており、当面3ヵ月間は状況を見て、今後の方針を検討するとのこと。

「ジャム・タウン」の年間売上げ目標は1億5000万円から2億円。これはオープン当初の売上げが予想を大きく上回ったことから上方修整した数字である。同ロケでは、今後、ゲーム大会等を行ないその存在を広く地元にアピール、目標クリアを目指す。

なお、「ジャム・タウン（JAMTOWN）」というロケ名称は、同社の英語名「JAPAN AMUSEMENT MACHINE」の頭文字「JAM」に由来している。

ところで、もう1つの同社ロケについて簡単に紹介しておく。屋上の「スカイ・トレイン」はファミリー対象のロケーションで、屋内と屋外から成っている。屋内には子供向けプライズマシンや子供向けメダルゲーム機などが配され、屋外にはレール走行式乗物や定置式乗物、バッテリーカーコーナー等キディライド、無料アスレチック施設がある（屋外の一部はテント下に位置）。また、屋上中央には月面を模した岩山も設けられている。さらに屋上には軽食を出すガーデンスナック「ロコ」があり、これも同社が運営している。「ロコ」ではうどん、そば（250円から）などを販売、屋外に設けられたテーブル席でも食事を楽しめる。このテーブル席は夏場、ビアガーデンとして使用されるそうだ。屋上ロケの営業時間は午前10時から午後7時30分までとなっている。

現在、日本娯楽機のロケ数は17ヵ所。4月30日には台湾の百貨店内にエキゾチックな異空間を演出するロケーション「ジャム・ワールド」をオープンする。

▲屋上ロケ「スカイ・トレイン」。取材日はあいにくの雨となった。

〈ジャムタウン〉

AMUSEMENT

ニューシステム
ニュープロダクツ

TOPICS

宝塚ファミリーランド プリペイドカードシステム導入

●3月25日営業開始

宝塚ファミリーランド（阪急電鉄㈱経営、所在地兵庫県宝塚市）では、プリペイドカードシステムを導入、3月25日より営業を開始した。既に三井グリーンランドで89年にテスト導入された他、SC付帯の屋内遊園地ファンタジードーム、ワンダーエッグ等にシステムが導入されている（3月25日オープンのハウステンボスでも採用されている）。

同園では、入園から遊戯施設利用までを「ジョイフルカード」と名付けられたプリペイドカードで対応、入場者への利便性（キャッシュレス化）を図り、売上管理をシステム化することで業務の効率をアップさせる。また、一般的に入園改札、乗り物利用時には「もぎり」というイメージが付きまとうが、カードシステムによりそれを脱拭して入場者にスマートさをアピールする。

▲入園券売場。同種券を3枚まで1度に購入できる。入園用カード自販機は全12台（エントランス4ヵ所に分け設置）導入。

▶オートゲート。エントランス4ヵ所合わせて11台を設置。

▲2000円ののりもの券。

「ジョイフルカード」は入園券2種（大人・子供用）、入園・乗り物セット券2種（同）、乗り物券3種の全7種類（詳細は別表参照）が用意されており、セット券と乗り物券には各々200円～1000円相当のプレミアムが付加されている。カードはPET紙製で、大きさはJIS規格対応のテレフォンカードサイズ。表には同園の主力機種である「クレイジーダッグ」等の写真が印刷されている。セット券と乗り物券の裏には「マシンNo.」「のこり」が印字される仕組みになっており、乗物利用時には4桁の乗り物ナンバーと残額が記される。印字は26取り引き分まで可能。4桁の乗り物ナンバーは、運営管理上設定されたもので、それを見て利用者が何に乗ったか判別することはできない。ちなみにカタカナ表記で機種名を印字することは可能だが、そうすると印字スペースに書き切れなくな

◀園内8ヵ所にあるのりもの券売場。レンガ造りの小屋風のつくりになっている。券売機は全16台導入。のりもの券は同種券5枚までを1度に購入できる。

るためこのような形態となっている。

入園券及びセット券は当日のみ有効、乗り物券は無期限有効でカード残額分は次回来園時に利用できる。セット券を購入して残高が100円、最後に200円の乗り物を利用したいという入園者が当然いると考えられるが、残高不足の場合に備えて、同園では100円単位の補助券（綴りだと11枚で1000円）を売店などで販売しており、カードと併用で施設を利用できる。ちなみに入園券とセット券はエントランスのベンダーで、乗り物券は園内各所のベンダーで販売している。

今回導入したプリペイドカードシステムは㈱東芝製。同園の経営主体である阪急電鉄では、鉄道部門の自動改札機など駅務機器で同社と提携しており、それが導入のきっかけとなった。同園では2年程前にプリペイドカード化を計画、東芝機器事業部と研究を重ね、駅務機器のノウハウを取り入れた磁気カードシステムを完成させた。プリペイドカード化の総投資額は約4億4000万円となっている。

具体的な利用法だが、まず、エントランスにあるベンダーで入園券またはセット券を購入、オートゲートに通し入園する。オートゲートでの処理時間は2・9秒。カードにはパンチ穴があけられる。乗り物利用の際にはカードを一旦係員に渡し、係員がカード処理機にカードを通す。カード処理機は大きめのスルータイプと小型のリターンタイプの2種が設置されており、前者の処理時間は1・9秒、後者は2・9秒。キャパシティの大きい施設にスルータイプを採用している（施設によっては2台設置）。カードには先述のように乗り物ナンバーおよび残額が印字され、利用者に返却される。

▲スルータイプのカード処理機。１台当たりの導入費は約300万円。同園のカードシステムはまだオンライン化されていない。

▲リターンタイプのカード処理機。１台当たりの導入費は36万円。

同園のプリペイドカードシステムでは、1枚のカードで複数名が乗り物を利用できるようになっており特徴となっている。たとえば2人連れの1人がカードを使い切ったとしても、もう2人のカードの残高が乗り物利用料金の2人分を満たせば、施設を利用できるのである。残高があれば何人でも1枚のカードで利用可能だ。これは当日しか利用できないセット券を持つ入場者への配慮、さらに園側にしてみれば処理時間を短縮できるというメリットがある。利用時はスタッフが1枚カードで何名利用かを聞き、処理機の横にある操作パネルに人数をインプット（パネル操作は2タッチで終了する）、処理機にカードを入れるという形が取られている。

従って、利用者が乗り物ゲートを通過する時間は、カード処理時間にこれらの操作を加えて、3～4秒（1枚カードで多人数利用を除く）程度になる。

オープン後の反響だが、テレフォンカードが一般に普及しており、カードに対する抵抗がなく、入園者にはスマートになったと好評だという。管理面においては、入園者数集計、売上げ集計の効率がかなりアップした。入園者数はオートゲートより、売上げはカード処理機からその日の結果がプリントアウトされ、経理に回される。園内の委託業者によると、残高不足のための100円券を集計する手間はあるが、かなり集計が容易になったという。

現在の課題は、カードについた手垢や汚れ等が処理機内に蓄積すること。今のところトラブルはないが、1日に2回ほど処理機内を清掃してそれに対処している。東芝機器事業部によると、これに対しては、まめにチェックするしか対処法はないという。また、カードの処理時間については、これ以上短縮することは難しいとのこと。

たとえば、混雑時にカード処理に手間取り、常時稼働している観覧車等、空の搬器が出てしまうこ

▲同園の一部を横切る阪急今津線の高架化工事が、94年の完成を目指し進んでいる。同園では工事パネルをカラフルなものにして園内の雰囲気をそこなわないように工夫している。

とが考えられる。長蛇の列が出きている時に入園者がそれを見たら不快に思うだろう。同園では、それに対処するため、混雑時にはカード処理機を移動、乗車口からそこまでのスペースを広く取り、早めに改札を済ませ、そのスペースで待機してもらうように工夫している。

今後、プリペイドカードシステムを導入する遊園地が増加すると考えられるが、4月9日より小田急ファミリーランドがグローリー商事㈱のカードシステムを、4月25日より白樺湖ファミリーランドが日邦産業㈱のバーコードを使ったカードシステムを採用し各々営業を開始する。

尚、宝塚ファミリーランドの昨年度入園者数（平成3年4月～4年3月）は約271万人（無料招待客を含めると約300万人）。同園内には宝塚大劇場があり、歌劇を観覧する人も入園券を購入して園内に入る。入場者のうち約125万人が歌劇利用者である。同園では、歌劇のみを利用する人は少なく、遊園施設を併用する利用者の方が多いと分析している。また、同園の行なったアンケートによると、商圏は歌劇利用者を含めると中国・四国・中部地方に及ぶ。遊園地部のみだと兵庫県、大阪府で入園者の80％を占めるという。リピーターの平均来場回数は遊園地のみで年3回、歌劇が年14回となっている。

歌劇は宝塚ファミリーランドのもう一つの魅力といえるが、現在、歌劇を行なう宝塚大劇場の老朽化に伴い、同劇場の隣に新宝塚大劇場を建設している。宝塚歌劇75周年にあたる89年に着工、80周年にあたる94年春に全面完成の予定で、今年秋には劇場本体部が完成。来年1月1日には新ステージで初公演が行なわれる。現在の劇場部分にはロビー・レストランが建設され、これで全面完成となる。新劇場の建築規模は、敷地面積3万7449・89㎡、建築面積9209・2㎡、延床面積3万5798・2㎡。地下1階・地上7階・塔屋2階。

遊園地部分においては、スリルライドが配されたマシンランドの一画、日本庭園付近に子供向けの自走式コースター、メリーゴーランド、レール走行式乗物など4機種を配し、夏休み前にオープンする。また、園内一部の敷地を宝塚市に提供して市が「手塚治虫記念館」を建設、94年春に完成する。

●プリペイドカード（ジョイフルカード）の種類

券種	発売金額
入園券（大人用）	1，200円
入園券（小人用）	600円
入園・のりものセット券（大人用）	3，500円（4，500円相当）（入園券1,200円分＋乗り物券3,300円分）
入園・のりものセット券（小人用）	3，000円（3，900円相当）（入園券600円分＋乗り物券3,300円分）
のりもの券	2，000円（2，200円相当）
	3，000円（3，500円相当）
	5，000円（6，000円相当）

ダイフレックスクリエーション「VENTURER」を販売

●リディフュージョン・シミュレーション社と提携

㈱ダイフレックスクリエーション（三浦慶政社長、本社東京）では、このほど英国リディフュージョン・シミュレーション社と提携、同社のシミュレーション施設「VENTURER」（ベンチュラー）の日本における総販売代理権を取得、販売を開始した。

「ベンチュラー」は14人乗りのモーションベース型シミュレーション施設。14人乗りカプセルが内部に映し出される映像に合わせ最大28度傾斜、3軸6方向に動く。リディフュージョン・シミュレーション社は大手航空機会社ヒューズ・エアクラフト・カンパニーの子会社で、大阪「パラディッソ」のツアー・オブ・ユニバースや富士急ハイランドのアングラーで使用されているフライトシミュレータ施

設「マジック・モーション・マシン」を開発したメーカーである（カナダ・IEI社がマジック・モーション・マシンの販売を担当）。一昨年11月、英国スーパーX社をリディフュージョン・シミュレーション社が買収、スーパーX社が開発したシミュレーション施設「スーパーX」に改良を加えたものが「ベンチュラー」である。ダイフレックスクリエーションでは以前「スーパーX」の代理店だったこともあり、それが今回の総販売代理権取得の一因になっている。

「スーパーX」からの改良点は、ソフトにレーザーディスクを使用できるようになったこと、各構成部品の品質及び耐久性が向上したことである。従来はハーフインチのビデオテープのみを再生、スクリーンに投影していたが、受注に応じ、レーザーディスクかビデオテープ、どちらかを選択、システムに組み込めるようになった。また、ハイビジョン時代到来に向け、映像システムをハイビジョンに対応できるよう、ソフトをふくめ研究・開発中でもある。

ソフトは現在「スーパーX」のものを含め20種類。同機導入後は2ヵ月に1回新作を供給する。

このほか同機で注目されるのは、カプセル本体のデザインに合わせたチケットブース（キオスク）や入場・退場路一体型の外柵（サラウンド）がオプションとして用意されていることである。これらを装備すれば、別にチケットブースを設けたりする必要がなく、デザインも洗練されたものであり、顧客誘因力も高まると考えられる。

▲オプションのキオスク・サラウンドを装備した「ベンチュラー」。オプション装置時のサイズは幅5,010mm、奥行9,500mm、高さ3,320mm（稼動時MAX4,650mm）。

「ベンチュラー」の販売価格は本体部分のみで約5000万円。オプションのキオスクとサラウンドが計500万円。ソフトが1本に付き70万円弱となる。ダイフレックスクリエーションでは、リース展開も考えており、この場合はソフト1本付きで貸し出す。

同社はショッピングセンター等に売り込みを図る構えで、既に6月、テーマパークに2台がイベント設置されることになっている。また、同社運営のAM施設「ドクタージーカンズ」の前に設置することも検討されているそうである。

尚、初年度販売目標は10台。

りんどう湖ファミリー牧場 木製浮き桟橋に改修

●ペダルボートの発着場にヨッティングワールドの『ジェットポンツーン』導入

りんどう湖ファミリー牧場（那須興業㈱経営、所在地栃木県那須郡）のペダルボート発着場に、木製の浮き桟橋『ジェットポンツーン』が導入された。同製品を納入したのは、ヨットや浮き桟橋、マリンレジャー関連製品等を扱う伊豆ヨッティングワールド㈱（鷲尾誠司社長、本社静岡県熱海市）。ペダルボート発着場の老朽化に伴う改修、付け替えにより設置されている。

ジェットポンツーンは木製のデッキとアルミフレーム、ポリエチレン製のフロート（浮き）を組み合わせた浮き桟橋。組立分解が簡単にでき、メンテナンスがいらないことが特徴である。

幅は2m70cm、長さ50mのタイプ1基と、長さ30cmのタイプ2基が導入されている。デッキ部分の木材は米国製の松に薬剤を注入して圧縮し、防腐加工を施したもの。この木材は一般の住宅として使用される際、50年保証が認められており、桟橋に使われる場合はそれよりも耐用年数は落ちるが、耐久性の強い木材である。

▲「ジェットポンツーン」。

▶上がタラップ下がデッキ部。水位の変動はこの機構で対応する。

このデッキをフロートの付いたアルミフレームにはめ込んで1ユニットとなり、50mタイプはこれが7枚連結されている。さらに護岸に埋め込まれ可動するタラップがその上に乗っており、水位に応じて適応し、利用者が乗降しやすいようになっている。最大荷重は1㎡当たり一人である。

それまでりんどう湖のペダルボート発着場は護岸と鉄製の浮き桟橋がつながれているだけだった。湖は農業用水に用いられる人工湖であるため、5月などには水が引かれ水位の変動が頻繁にある。水位が下がると利用客は段差を飛び降りなくてはならず、デッキ自体の揺れも大きくて乗降には良くなかった。またデッキの幅が1m80cmと小さく、ゆとりもなかった。

そこで腐食してきたこともあり、見た目も美しいものにと、暖かみのある木製浮き桟橋が選ばれた。冬にデッキが凍結せず、滑らないことや夏でも鉄製のように照り返しがないことが採用に当たって評価されている。

設置に当たっては、揺れを最小限に抑えるためパイルを左右交互に打ち込んだ。この工事は水を抜いてから行なったもので、りんどう湖が人工湖であればこそできたもの。したがって通常はアンカーボルトを用いたり、チェーンに結んだブロック等を沈めて固定することになる。

総工費は約3000万円。これには通常の設置には行なわない、パイル打ち込みの費用も含まれている。ちなみに標準仕様の本体価格は幅1・8m、長さ6mで138万円である。

現在課題として挙がっているのは、ボートを係留するバー（クリート）。本来はT字型のクリートを取りつけるのだが、りんどう湖側の要請によりどこにボートが停泊しても対応できるようにと、タオルハンガー状に横に棒をわたしたバーを採用し、デッキにビス止めしてある。これがか細いため風や波による揺れで耐久性に問題があり、取替えが予定されている。

高さ調整ができ、取扱いが楽ということで、このタイプの浮き桟橋は今後増えそうである。

ナムコ、他社との差別化施設として自社ロケに「コミカルバズーカゲーム」

●プラボ千日前店に設置

▲「プラボ千日前」の「コミカルバズーカゲーム」。タコヤキをモチーフにデザインされており、のれんをくぐって座席についてプレイする。施設の寸法は幅1.5m長さ6.6m高さ2.5m。さらに2店舗への設置が決定している。

㈱ナムコ（中村雅哉社長、本社東京）では、このほど2人対戦専用のバズーカ砲ゲーム「コミカルバズーカゲーム」を開発、3月20日に大阪『プラボ千日前』へ設置した。

「コミカルバズーカゲーム」は、左右に別れた2人のプレイヤーがバズーカ砲でビニールボールを発射、中央にある標的を狙い、標的を相手側陣地に押し入れるというゲーム内容。標的はタコをユニークにデザインした「トニータコ」（トニー谷のように三角メガネをかけている）というキャラクター。上部レールから吊り下げられており、動きながら片方のプレイヤーに向って進行する。ボールが当たると「あいたたっ、ターン！」と音声を発し180度回転、反対側のプレイヤーに向っていく。どちらかのプレイヤーの陣地に入り、持っている爆弾が爆発するとゲームオーバー。入られた陣地側が負けとなる。双方の陣地内に入り切らず爆発に至らなかった場合はタイム（最大100秒）で勝敗を決定、標的に近い陣地のプレイヤーが負けとなる。

プレイ料金は2Pで500円（チケットによる）。1人単独プレイはできない。導入した『プラボ千日前』のスタッフによると、「アベックに好評。500円という料金にも抵抗は見られない」そうだ。

ナムコでは、『プラボ千日前』の様な大型ロケが今後増加するものと判断。ロケ内スペースに余裕があるため、こうしたマシンを開発した。開発する上でのポイントはオールラウンドな客層が楽しめるものであること。ヤングアダルト対象ロケやSCロケなどで好評を得た一般アーケード機「コズモギャング」のようなマシン作りが目指されたという。

同社では他店との差別化を図るために「コミカルバズーカゲーム」を自社ロケに順次投入、幅広い年齢層の集客を目指す。

▲バガーカ砲。

▶標的の「トニータコ」。同機はタコヤキがモチーフとなっているが、設置するロケの地域性にあわせデザインを変更することもありうるそうだ。

AMUSEMENT

展示会

TOPICS

インターシャウ92開催 2万7000人が会場に

●2月12日〜14日までに1万6071人

2月中旬、ドイツ・デュッセルドルフのデュッセルドルフ見本市会場にて、国際レジャー・遊戯設備・機器展「インターシャウ92」が開催された。主催・運営はデュッセルドルフ見本市会社。

2月12日〜14日の間、見本市会場の11号、12号館及び10号館に遊戯施設メーカーやウォーターパーク関連メーカー、スポーツ射撃関連企業等が出展。会場外でも中古遊戯施設の展示等が行なわれた。また、15、16日には9号館でドイツアーチェリー選手権大会が行なわれた。展示会には世界16ヵ国から256社が出展。展示規模は1万3912㎡。

IAAPAも出展、IAAPAショーのPRを行なった他、お膝下であるドイツ・フス社、ジーラー社、シュワルツコフ、BHS社、スイス・インタミン社、イタリア・サルトリ社、V・S・V・ライト社、オランダ・ベコマ社、フランス・ユーロジェッツ社、イギリス・リディフュージョンシミュレーション社、アメリカ・アロー社、チャンス社、オムニフィルムズ社等が展示を行なった。

同展示会は、ドイツの遊園地運営者協会(DEUTSCHER SCHAUSTELLER BUND＝DSB)の年次協議会開催にあわせ、2年に1回行なわれているもので、今回で15回目の開催となる。2月11日〜14日、見本市会場のコングレスセンターで各種会合等が行なわれ、11日にはヨーロッパ21ヵ国のキルメスや遊園地、レジャーランド、サーカス一座等の組織団体を傘下に持つヨーロピアン・ショーメンズ・ユニオン(EUROPEAN SHOWMEN'S UNION)とIAAPA、ユーロパーク、EFECOT(EUROPEAN FEDERATION FOR THE EDUCATION OF CHILDREN OF OCCUPATIONAL TRAVELLERS)によるヨーロッパ市場に関するシンポジウムも開かれた。合わせてスポーツ射撃関係のイベントも開催されている。

「インターシャウ92」プレスオフィスによると、2月14日までの展示会来場者数は1万6071人。来場者の22%がドイツ以外から来場、そのほとんどがEC加盟国からだった。その他アメリカ、アジアからの来場者もいたそうだ。また、出展社の83%がその成果に満足度を覚えたとしている。アーチェリー大会を含めた2月16日までに見本市会場には2万7000人が来場。これまでで最大の来場者数となった。

尚、次回「インターシャウ94」は1994年1月20日〜23日に開催される予定。

◀会場の様子。

AMUSEMENT
発表会・パーティー
TOPICS

セガ・エンタープライゼス 新製品発表会開催

●CGシステムボード『MODEL 1(仮)』他

㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）は、3月27日午後1時より、東京・品川「新高輪プリンスホテル」に於てマスコミ向け新製品発表記者会見を開催した。

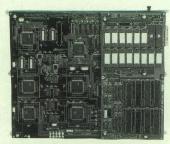
同記者会見にはマスコミ40社70名が出席。まず、同社AM機器統括本部長の小形武徳氏が、同社のAM機器に関する今後の展開を語り、続いてAM研究開発統括本部長の鈴木久司氏、同副本部長の佐藤秀樹氏が、この発表会の目玉である新システムボードについての解説を行なった。

今回の新製品発表会において、最も注目されたのが、新開発のCGシステムボード『MODEL 1(仮)』と、32ビットCPU搭載の新システムボード『システムマルチ32』。

CGシステムボード『MODEL 1(仮)』は、ポリゴン処理を施したコンピュータグラフィックを使用することにより立体効果を高め、一歩進んだヴァーチャルリアリティ感覚を実現した初めてのCGによるシステムボードである。

1秒間に最大18万ポリゴンの表現が可能で、更に浮動小数点ユニット内蔵の3Dグラフィックエンジンを搭載、クオリティの高い「ミディアムレゾリューション」のCGを実現した。画面の解像度は496（H）×384（V）、水平周波数24KHzと高画質で、1600万色の発色が可能。また、メインCPUには、32ビットCPU NECV60を搭載、更に浮動小数点演算・3Dマトリックス演算を可能とする32ビット、コ・プロセッサを採用、従来のゲームボードの数10倍の演算能力を持たせた。サウンド面では新しくYAMAHA製アクティヴ・サーボ・スピーカーシステム（AST）を搭載。これにより、従来のスピーカーを使用しても大迫力サウンドが楽しめる。

さらに、同社は、このシステムボードの開発と同時に、CGを表現する業務用アミューズメント・ワイドビジョンモニターとして「36インチ　ワイドビジョンモニター」を日本ビクター㈱と共同開発した。このワイドビジョンモニターは、日本ビクター㈱が、ハイビジョン時代に先駆けマルチ映像ソースに対応可能なワイド画面テレビとして開発を進めてきたもので、民生用としては、1991年9月より既に「MULTI WIDE VISION」として販売を開始している。同社と日本ビクターの共同開発製品は、1992年4月1日から発売しているCD—ROM内蔵一体型マルチアミュー↖

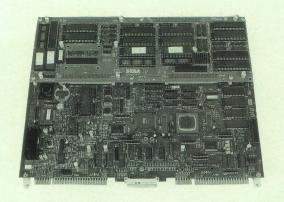
▲
CGシステムボード「MODEL 1」採用のビデオゲーム「B.V.」。コックピットの正面に付いているのが「36インチワイドビジョンモニター」である。
<36インチワイドビジョンモニター仕様>
CRTサイズ：36インチ ワイド型 110度偏向カラーブラウン管
アスペクト比：16：9（ハイビジョンと同比）
水平周波数：24KHz（高解像度）
水平解像度：680TV本
映像信号入力：アナログRGB信号
製造元：日本ビクター㈱

「MODEL 1 (仮)」

〈システム仕様〉

1．CPU　32ビット(V60)16MHz動作
2．コ・プロセッサ　32ビット　40MHz動作
浮動小数点演算機能
軸回転演算機能
3Dマトリックス演算機能
3．メモリー　RAM　1Mバイト
ROM　47Mバイト（MAX）
4．機能
a）解像度　496(H)×384(V)（ミディアムレゾリューション）
水平周波数24KHz
b）スクロール画　2面
水平方向ラインスクロール可能
32,768色（128カラーパレット）
c）ウィンドウ画　2面
32,768色（128カラーパレット）
水平方向ラインスクロール可能
d）3Dグラフィック エンジン　浮動小数点ユニット内蔵
540,000ベクトル／秒（MAX）
180,000ポリゴン／秒（MAX）
フラットシェーディング機能
拡散反射モード内蔵
鏡面反射モード内蔵
e）ポリゴン画　120M PIXEL／秒
1,600万色・発色可能
f）その他　通信機能拡張あり
MIDIによるサウンド通信可能

〈サウンド部〉

1．CPU　68,000　10MHz
2．メモリ　RAM　16Kバイト
ROM　5Mバイト（MAX）
3．機能
a）FM音源　YM3438使用
同時発音　6音
L，R　2ch.出力
b）PCM音源　サンプリング周波数　44,643KHz
同時発音28音18ビット　2ch.出力
c）アクティブ・サーボ・スピーカーシステム（AST）*搭載
d）その他　MIDIによるメインボードとの通信可能

*YAMAHA社製 Active Servo Technology を使用した、大型スピーカー並みの迫力とサウンドを可能にしたスピーカーシステム。従来のゲーム機で使用しているスピーカーと同等のもので大迫力サウンドを実現することができる。

「システムマルチ32」

〈システム32仕様〉

1．使用CPU　32bit　20MHz動作（Main）／V70
8bit　8MHz動作（Sound）／Z80
2．メモリー　RAM　1．5Mバイト
ROM 53．5Mバイト（MAX）
3．機能
a）全面画数　8面（2台分のMONITORに映せる画数、これをSoftによって分割できる。）
b）解像度　320(H)×224(V) または、416(H)×224(V)
c）スクロール　面　4面（うち2面は、拡大・縮少可能）
この4面は、2台分の面数で、Softによって1台目、2台目を選択して分割する。
d）BitMAP面　16色／256色／PIXEL
e）スプライト　30万PIXEL／2台分の画面
256色／3200色／Sprite
拡大・縮少可能
8,000個／2台分の画面
16,000色同時発色（64カラー・パレット）
f）サウンド　34音（FM6音、PCM28音）→（2台分で34ch）
g）最大色数　16,000色／32,000色
h）その他　機能拡張端子あり（通信、回転等）
WINDOW機能
半透明、ぼかし表現機能
フェードイン、フェードアウト機能

ズメントプレーヤー「WONDERMEGA」が第1弾であり、同モニターはそれに続く第2弾製品にあたる。

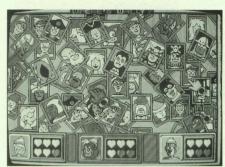
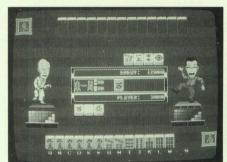
『MODEL 1(仮)』を初めて基板に使用したビデオゲームとして、『B・V・(仮)』も発表された。同機は、実車F3を使用したフォーミュラーシミュレーションゲーム。新開発モニターが筐体に据え付けられ、CGの特徴を生かした、遠近感など実写により近い感覚を再現する。現段階でのソフトの完成度はまだ30%程度。

発表会で出展されたものには、コクピット内に視野を自由に変えられるつまみが付いており、このつまみを使用して従来のレースゲームに映る状態から、フロントウィンドーだけがモニターに映る状態まで自由に視野を変えてのプレイが可能となっていた。今後ゲーム内容や、身長や座高の個人差に対応できるようコクピットを改良、夏期商戦の山場である7月に発売される予定で、価格は未定。

32ビットCPU搭載の新システムボード『システム マルチ32』は、1枚の基板で従来のシステム32相当の映像を2画面分(2台分モニター)をコントロール可能にしたシステム。通信機能を要するゲームでは各キャビネットごとに1枚ずつの基板が必要であったが、同システムだと筐体2台で1枚の基板で足りるため、コストパフォーマンスやメンテナンスの点でも優れたものとなる。また、搭載する32ビットCPUはNEC製V70で、従来のシステム32に搭載されているV60の約2・2倍の演算処理を持っている(従来システム32の1・5倍、同社16ビットシステム18の約7・5倍)。ただ現在のところ、このシステムに対応するソフトは発表されていない。

この他新作ビデオゲームとして、システム32ソフト『ゴールデンアックス・デスアダーの復讐』、システム18ソフト『ウォーリーをさがせ』、システム24ソフト『所さんのまーまーじゃん』の3機種が発表された。

『ゴールデンアックス・デスアダーの復讐』は、システム16ソフトの1つとして1989年5月に発売された「ゴールデンアックス」の続編。今回システム32にヴァージョンアップされたことで、①使用できるキャラクターの数が3人から4人に増加、②同時に4人のプレイが可能、③ステージ数も従来の3倍以上を予定、コース分岐の設定により、何度でもプレーが楽しめる、ようになった。発表会では70%前後の完成度で、体感筐体『メガロ50』に搭載され展示。5月頃発売の予定で、価格は未定。

▲『ゴールデンアックス デスアダーの復讐』
操作はスティックと左からアタック、ジャンプ、マジックの3つのボタンを使用、マジック使用時の大迫力画面がセールスポイント。

▲『ウォーリーをさがせ』

▲『所さんのまーまーじゃん』
日本全国を8つの地域に分割。所ジョージが全国各地の雀士（敵キャラ）と戦い、全国統一を目指すストーリーになっている。また32種類のアイテムが用意されている。

▲『それいけアンパンマン ポップコーン工場』
キャビネットに20インチモニターがあり、ポップコーンができるまで、アンパンマンがポップコーンを作る様子を写し出す。さらにアンパンマンが利用者に「ハンドルを回して手伝って」と語りかけ、利用者が備え付けのハンドルを回すというインタラクティブ性を加えている。ポップコーンは、塩、バター、チリの3つの味からセレクト可能。尚、発表会では、新製品の他、発売中の基板や体感ゲームなども出展された。

ちなみに『メガロ50』の発売時期、価格も未定となっている。

『ウォーリーをさがせ』は人気絵本をゲーム化したもの。操作は非常に簡単で、トラックボールでウォーリーを探しボタンで決定する。3人同時プレイ可。ステージには画面上からウォーリーを探すものと、画面上の間違いを探すものの2種類があり、制限時間内にいち早く正解したプレーヤーにはライフが1つ増え、3度間違うか、他のプレーヤーに先に正解されるとライフが1つ減る。

小形氏はこのゲームに関して、「キャラクターと物を探すというコンセプトが果して市場で受け入れられるかどうかは解らないが、これが程々の感触を得るようであれば、ビデオゲームのソフト開発の領域が広がり、更に家庭用ゲーム機との境界線がなくなりつつある現状に、新しい光明が見いだせるのではなかろうか。なおかつ、物探しゲームはまだまだ未開拓の分野であり、様々な商品開発が短期間の内に進んでいくのではなかろうかと心が騒いでいる」と語った。

『所さんのまーまーじゃん』は、人気タレント所ジョージのキャラクターを採用した麻雀ゲーム。発売日、価格共に未定。

クレーン機では、おまけ払い出し機能付きの『UFOミニ・セガソニック』（発売中）と『UFOミニ・サーカスランド』（発売中）を展示。現在発売されているおまけは、カプセルの中に吸盤とおみくじ玉が1つずつ入っているもの（2000個3万円で販売）だが、今後の展開として、柄入り応急バン、ソニック人形、クイズ、バッジ、相撲人形、おみくじ、使い捨てピアス、レリーフ付きマグネット、スタンプ等、単なるモノではなく、使って遊べるものが予定されている。また、おまけが業界にもたらす効果として、小形氏は「これらのクレーンマシンは1台につき、1日平均4万円の売上がある。1プレイ100円であることを考えると、1日400個、1年間を通して見ると14万4000個のオマケが1台から払い出されることになる。おまけプライズ製作は、景品市場にとって大きなビジネスチャンスにつながると考えている」と語った。

セガでは、キャラクター性やインタラクティブ性を付加したキディライドを発表しているが、自動販売機についても何か付加価値の付いたものが求められているのではと判断。『それいけ！アンパンマンポップコーン工場』を発表した。先のAOUショーで出展されたので詳細は省くが、本記者発表の直前4日間にわたってロケテストが行なわれ、従来型のマシンに比べ平日で2倍、土・日で2・5倍の個数が販売されたという。しかも、ひとつ200円で販売しており、単純計算で従来型の3〜4倍を売上げたことになる。4月発売予定で、価格は未定。リース展開も予

定されている。

小形氏は、昨年モナコ大公国で行なわれたマシンショーにおいて、同社の出展した12人用のロイヤルアスコットや、ポーカーゲーム、ブラックジャックゲームが大変な人気を集めたと語り、カジノの本場でも通用する本物志向の製品作りをアピール。AOUショーに出展した『ジョーカーズワイルド』、『ドローポーカー』、『デュースワイルド』のシングルポーカーゲーム3機種を紹介した。いずれも洗練されたデザインがセールスポイントとなっている。

『ジョーカーズワイルド』はジョーカーをワイルドカードとして使用する最もポピュラーなポーカーゲームで、4月発売予定。『ドローポーカー』はジャックのワンペアから当りとなり、ワイルドカードを使用しないポーカーゲームで、これも4月発売予定。『デュースワイルド』は〝2〟をワイルドカードとして使用したポーカーゲームである。5月発売予定。標準価格は3機種とも61万2500円。また各機種には、ニューフィーチャー付き（ゲームオーバー後に交換用カードと捨てたカードが表示される）タイプ、画面内に配当表示表が表示されるタイプ、その両方の機能を備えたタイプの3つのバージョンが用意されている。尚、これらの製品は3月末から一部サンプル出荷されている。

尚、記者会見終了後、午後2時からはオペレーター向け新作発表会が催された。

スピルバーグ・作品「HOOK」ビデオゲーム化

●スーパーファミコン&業務用

㈱ソニー・ミュージックエンタテイメント・ジャパン・エピック・ソニーレコードでは、スティーブン・スピルバーグ監督の映画「HOOK」のゲーム化権を取得。7月にスーパーファミコン用ソフトの発売を決定し、4月8日、マスコミ及び問屋等流通関係向けの新作発表会を東京・ホテルニューオータニ新紀尾井町ビル1F「リトルパイレーツ」にて開催した。また、「HOOK」の業務用ビデオゲーム化をアイレム㈱（高嶋由之社長、本社大阪）が担当することになり、発表会を協賛、業務用も発表された。

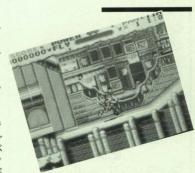
▲発表会会場で挨拶するソニー・ミュージック・エンタテイメント エピック・ソニーレコードの五藤宏本部長。

映画「HOOK」は全米公開2ヵ月の興行収入が140億円という大人になったピーターパンがテーマのヒット作。日本では6月中旬の公開が決定している。同映画は米国・コロンビア/トライスター社（ソニー・ピクチャーズ・エンタテイメント社）の作品で、国内配給はソニー・ピクチャーズ・エンタテイメント・ジャパンが担当。国内公開に向けソニーグループが各種媒体で大がかりなPRを展開する。ソニーの企業広告にもキャラクターが登場する予定である。

「HOOK」のゲーム化権はソニーグループの米国・ソニー・エレクトリック・パブリッシング・コーポレーション（SEPC）が取得。ファミコン及びゲームボーイソフトに関しては同社の子会社である米国・ソニー・イメージソフト社がサブライセンスを得、ゲーム化している。スーパーファミコンソフトについてはSEPCよりソニー・ミュージック・エンタテイメント・ジャパン・エピック・ソニーレコードがサブライセンスを得、商品化。業務用についても同様にアイレムがSEPCよりサ

▲スーパーファミコンソフト「フック」。

プライセンスを得ている。

スーパーファミコンソフト「HOOK」は映画のストーリーに沿った全11ステージのアクションゲーム。8メガで価格は8500円（税別）。日米同時発売される。

業務用は、同じく全6ステージから成るアクションゲームで、4人同時プレイが可能。5人のキャラクターから1人を選択して8方向レバーと2ボタン（攻撃、ジャンプ）で主人公を操作する。発表会では2ステージ目までの完成度で出展されていた。発売時期は未定で、8月のJAMMAショー前後になるのではとのこと。また、発表会では4P用筐体で展示されていたが、筐体売りになるか基板販売になるかも未定である。アイレムによると海外での発売も予定されているそうだ。

尚、発表会にはエピック・ソニーが各社に呼びかけ、玩具や書籍、データイーストのフリッパー等「HOOK」関連の製品が展示された。また、発表会後、「HOOK」の試写会も行なわれた。

▲挨拶するアイレム高嶋由之社長。

▲業務用「HOOK」。

ユウビス・社名変更に続いて新社屋も完成！

●3月25日、竣工披露パーティーが業界関係者約370名出席して盛大に催される

▲竣工披露パーティー会場。

㈱ユウビス（川楠俊太郎社長、本社大阪）では、かねてから建設中の新社屋（本社ビル）がこのたび無事完成。同社は今年2月21日に社名を旧カワクスから現在の社名に変更したばかりで、社名に続いて器も揃い、文字通り新生ユウビスとして新たなスタートを切った。

▲完成なった新社屋ビル。

完成なった新社屋は、旧本社敷地内の278・08㎡の建築面積を使用、6階建、総延床面積1270・54㎡で外壁を白で統一した近代的な建物。1階はサービス課・倉庫・駐車場、2階は受付・第1営業部・商品部・部品課、3階は経理・第2営業部・小会議室、4階はショールーム・大会議室、5階は遊園地事業部・社員食堂、6階は社長室・応接室、地下はポンプ室、などから構成されている。

特に4階のショールームは、ビデオモニターの大型のスクリーン等も具備しており、オペレーター来社の際にゲーム内容を詳細に見学できると共にゆったりとしたスペースで商談できるように配慮されている。その他、シャワー室や更衣室、和室の休憩室なども備えており、社員の福利厚生にも配慮されている。

新社屋竣工披露パーティーは、3月25日正午より、落成なった新社屋の1階において、来賓に国会議員をはじめ、大阪府議会議員や地元市議会議員等を迎え、同社の取引き先関係者を中心に業界関係者約370名が出席して盛大に開催された。

定刻を少し回った頃、同パーティーは川楠社長夫妻が会場正面の雛壇に上がり、川楠社長の挨拶で始まった。

川楠社長は、出席者に感謝の意を表した後、新社屋落成にあたって、「お蔭さまでこんな立派な建物が完成し得ましたことは、創業以来皆さま方にご愛顧を頂いた賜ものと、これに変わる言葉がありません」と前置きし、「人と人との繋がり、縁の不思議さとでも言いましょうか、皆さま方のお蔭で今日まで頑張って来られたという想いの一つの区切りの中で、こんな晴れがましいパーティーを催させて頂きました」、更に「勿論、これで満足してはいけないと思うのですが、皆さん方のお蔭で今日まで歩んで来られたということで十分です」と語り、改めて出席者に謝意を表した。川楠社長の万感胸に迫る現在の心境をたんたんと語る姿に会場からは暖かく祝福する拍手が鳴り止まなかった。

ついで、当日は本人が公用で出席できなかった、衆議院議員塩川正十郎氏、同山口敏夫氏、同中馬弘毅氏の3氏の代理出席者が一同に紹介され、来賓祝辞に移った。

▲挨拶する川楠社長と川楠夫人。

▲祝辞を述べる衆議院議員柳本卓治氏。▲祝辞を述べる大阪府議会議員西野あきら氏。

来賓を代表して政界から、衆議院議員柳本卓治氏、大阪府議会議員西野あきら氏、同北川一成氏、また、取引き先を代表して㈱タイトー長谷川桂祐社長の4氏から夫々祝辞が述べられた。祝辞は、いずれも川楠社長の人となりに触れ、同氏の仕事に関する情熱と人との繋がりや人間関係を大切に今日まで歩み続けて来た努力を高く評価するものであった。

以上、挨拶が終わると設計施工関係者に川楠社長より感謝状が贈呈された。

乾杯の音頭は、㈱ナムコ真鍋正社長がとり、盃が高く掲げられた後は、会場は祝福の波に埋まった。

その後、同パーティー会場はなごやかに推移し、あちらこちらで歓談の輪が広がって行った。

また、宴の途中では、祝電が披露されたり、地元東大阪市・市議会議員の横山純児氏と上野欣示氏の両氏よりも祝辞が述べられた。

その他、関西落語家の林家染丸の司会で、人気女性漫才コンビ今くるよ、いくよによる漫才等のアトラクションも行なわれた他、盛

▲祝辞を述べる大阪府議会議員北川一成氏。▲祝辞を述べる㈱タイトー長谷川社長。

▲乾杯の音頭をとる㈱ナムコ真鍋社長。▲万歳三唱を行なうオーケー興産㈱の八尾社長。

▲八尾社長の音頭で万歳三唱する川楠社長夫妻を中心に社員一同。

▲福引き風景。

りたくさんな景品内容の福引きも行なわれ、会場は笑いの渦に包まれた。
　最後に万歳三唱がオーケー興産㈱の八尾嘉宥社長がとり、散会となった。

▲漫才をする今いくよ、くるよコンビ。

シグマ、怪物ランドの公演「DOMINATION」をスポンサード、前回公演「WARTER」をビデオ化

　3月18日から24日迄の6日間、東京・赤坂のシアターVアカサカに於て、㈱シグマ（真鍋勝紀社長、本社東京）がスポンサードした人気演劇・タレントグループ「怪物ランド」の舞台演劇公演「DOMINATION（ドミネーション）」が上演された。
　テーマは『SM』。各ストーリーの合間には、巷で流行のボンデージファッションに身を包んだダンサー達の踊りが織り込まれ、かなり過激な内容のステージが展開された。入場観客数はトータル1700人。最後の2日間は50人以上の立見がでるほどの盛況であったという。また、ホールの入口には

▲ビデオ「怪物ランドがやって来る」。

スロットマシンが数台置かれ、来場者にプレイしてもらい、当った人にはぬいぐるみがプレゼントされた。

シグマでは、90年7月以来年2回のペースで怪物ランドの舞台公演をスポンサードしており、今回の公演は昨年の「WARTER」に続いて4回目。舞台提供のきっかけは、怪物ランドのリーダー、郷田ほづみ氏が同社提供のラジオ番組「アミューズメントパラダイス」（毎週火曜日、深夜24時30分〜25時、ラジオ日本で4月5日までオン・エア）のパーソナリティを務めていたこと。同社は、恋愛やセックスといった重いテーマをシュールなギャグでさらりとみせる怪物ランドのキャラクターが、同社ロケーションにおけるメインターゲットにと期待する20歳代の女性の感性にマッチすると判断。更に、立地やマシンの品質・種類、ロケの内・外装では、他社ロケーションと差別化しにくいという現状をにらみ、多様なメディアをミックスして有効に活用することによって、ゲームとは違った別の角度からも顧客にアピールできないかと考え、舞台の提供に踏み切った。

▲公演の様子。

また、この公演に伴って会場のロビーでは、ビデオ「怪物ランドがやってくる」が販売された。このビデオは同社が自社制作したもの。前出の舞台劇「WARTER」の舞台公演の模様を中心に再構成したものである。舞台と映像との表現方法の違いを考慮し、新たに舞台の内容をより理解する上での手助けになるようなコントを製作して付け加えてある。VHS対応、90分、価格は税込み5974円。

同社のビデオ制作及び販売の目的は、①怪物ランドのファンからの強い要望に応える、②テレビ番組「うそっぷらんど」出演当時に比べ知名度に陰りが見える怪物ランドを、ビデオを販売することによって支援する、③ビデオ制作の経験を積むことによって、そこで蓄積されたノウハウを今後製造するAM機に取り込む道を探る、④AM施設内での物販の可能性を探る、といったところにある。またこのビデオの冒頭では、同社が初めて開発したスーパーファミコン用ソフト『まかまか』のコマーシャルが流れる。このソフトは、同社がこれまでで最も力を入れて販売を行なっているもの。自らビデオを制作し、その中にコマーシャルを入れることによって、高い宣伝効果が現れることを期待している。

このビデオは、4月1日より同社の直営店であるゲーム・ファンタジアチェーンの10店舗（GF渋谷、GF十戒、GFサンシャイン、GF阿佐ヶ谷、GFサンロード、GF立川、GFバットマン、GF千葉、GF大宮、GF厚木）で販売される。一般小売店での販売や、レンタルショップでのレンタルは、行なわない。同社販売促進課の河合課長の話によると、「（このビデオの）ロケーションでの販促に関しては特別奇抜なアイデアを考えているわけではなく、カウンターでの簡単な商品展示や、店頭に販売告知のポスターを貼る程度。売上目標は10店舗合わせて3000本です」とのこと。ちなみに舞台公演の行なわれた会場では、公演期間中に約200本を販売。これは通常他の劇団が公演時にビデオを販売する場合の2割〜3割増しの数字である。

今回のロケーションにおけるビデオ販売は実験的な意味あいが強く、かりに販売本数が目標の3000本に達したとしても継続して行なうかどうかは未定とのこと。但しシグマでは、今後も何等かの形でゲーム以外の顧客サービスを続けていく予定であるという。

シグマ、TBSラジオの番組をスポンサード

●「コサキン怪傑アドレナリン」にメインスポンサーの1社として参加

㈱シグマ（真鍋勝紀社長、本社東京）は、この度、TBSラジオ

で毎週土曜日深夜24時より放送中の番組「コサキン怪傑アドレナリン」に、メインスポンサーの1社として新しく参加すると発表した。提供開始日は4月11日。

同番組は、小堺一機と関根勤がパーソナリティーを務める2時間半の番組。放送開始は1981年10月で、平均聴取率は0・5％、推定聴取者数約15万人（1都6県）である。同社は、番組中に新しく設けられたゲームに関するコーナー枠約30分をスポンサードする。

同社が提供するコーナーは、「ウド鈴木のパニック・イン・ファンタジア」と「電話でスロット」の2つ。前者は、新人コメディアンのウド鈴木がレポーターとしてゲーム場から中継（録音）、ロケ内の様子や聴取者からのハガキを紹介したり、ギャラリーとゲームで対戦するというもの。後者は、聴取者がスタジオに電話し、ゲームを行なう。

今回シグマが同番組の提供に加わったのには2つの理由がある。

パーソナリティーの2人。

1つはラジオ局の電波の出力の問題。同社はこれまでラジオ日本に於て「アミューズメント・パラダイス（アミ・パラ）」という番組を提供してきたが、両局を比較した場合、出力が50KW（ラジオ日本）と100KW（TBSラジオ）と異なっている。つまり、新しくスポンサードする番組は、上述の「アミ・パラ」より広い範囲での聴取が可能で、更に、厚い壁を持つマンションに住む聴取者にとっても音が聞き易いことになる。

また、もう1つの理由は、「コサキン怪傑アドレナリン」が、「アミ・パラ」と違い、放送の内容が多岐に渡り、聴取者層も幅広い番組であること。同社によれば、「2年前『アミ・パラ』を始めた時には、純粋なアミューズメント情報番組を作りたいと思っていた。その目的が一応達成された現在、今度は、ゲームファン以外の方にシグマという企業や当社ロケを積極的にアピールしていきたい」という。

「アミ・パラ」は、同社が新しく「コサキン怪傑アドレナリン」のスポンサーとなったため、4月5日の放送を持って終了している。

尚、今回TBSラジオの番組を提供するにあたり、TBS側がシグマがこれまで行なってきたCMを審査している。これは、TBS局内に、AM施設のCMを放送することに対する規制があったからである。無事に審査を通過し番組提供に至ったが、シグマ販売促進課課長河合氏によると「2年前では、恐らく審査通過は難しかったのでは」とのこと。更に同氏は「審査通過の事実は、AM業界や施設の地位が確実に向上してきたことを意味する」と評価。「アミ・パラでやってきたことの一つの成果の現れではなかろうか」と語った。

旭精工㈱、特許侵害問題で台湾企業を提訴し事実上の勝利を収めて和解

●台湾企業のコインホッパー製造型廃棄などで決着

旭精工㈱（安部寛社長、本社東京）は、台湾企業YIIN（元王実業股份有限公司、洪世元総経理、本社台南市）が同社コインホッパーのコピー品を製造、アメリカに於て販売していたとしてアメリカ・ネバダ州において提訴していたが、この度、事実上の勝利を収めて和解したと発表した。

本訴訟は、91年5月29日、旭精工のアメリカにおける営業拠点である、旭精工U・S・A（所在地

ネバダ州ラスベガス）によって、ネバダ州地方裁判所に提訴された。また、同社は本訴と同時にコピー商品の販売中止の仮処分の申請も行なった。

提訴理由は、ＹＩＩＮがアメリカに於て販売していたコインホッパー2機種が、旭精工製のＣＨ－500及びＤＨ－750に酷似しており、これらがアメリカにおいて同社の所有する特許第4、589、433及び同第Ｒｅ32、799号を侵害しているとしたことにある。また、同台湾企業は、同社が販売促進用に使用するカタログの一部をコピー、無断で自社のカタログに転用していた。このことに対する著作権侵害及び不正競争行為を行なった旨も同時に申し立てが行なわれた。

今回の提訴は旭精工がコピー商品販売の証拠を入手したのが米・ネバダ州であったことから、同地において行なわれることになった。ちなみに、アメリカに於て国外企業同士が訴訟を行なう場合、ミニマムコンタクト（ｍｉｎｉｍｕｍ　ｃｏｎｔａｃｔ）といって、まずその場所に於て最低限の接触（この場合には、実際の商行為）が行なわれたという証拠を裁判所に提出し、裁判管轄権を成立させる必要がある。

▲無断コピーのコインホッパー。ＹＩＩＮの刻印がある以外は旭精工オリジナルとそっくりだった。

旭精工の話によると、実際の訴訟においては、原告である旭精工側がまず裁判所において訴えの事実に関する審尋を行なった後、続く被告側の審尋においては、被告側がこれを拒否、旭精工に対し、和解の申し入れを行なった。そこで両者の間で和解条件に関する折衝が行なわれ、そこで達した合意の内容を91年10月21日に裁判所が最終同意判決（ｆｉｎａｌ　ｃｏｎｓｅｎｔ　ｊｕｄｇｅｍｅｎｔ）として下したことで、本訴訟は終了した。

和解の具体的な合意内容は、①ＹＩＩＮは、旭精工の特許権を侵害するコインホッパーの製造・販売・供給・取引・広告を世界中の如何なる地域においても行なうことが禁止される、②ＹＩＩＮは、旭精工のカタログをコピーすること、若しくは旭精工製品の写真を自己製品の販売促進用に使用することが禁止される、という2点。

また、訴訟開始当初、旭精工は8万ドルの損害賠償を要求していたが、ＹＩＩＮ側が、特許を侵害するコインホッパー2機種の在庫品並びに同製造合金型と、旭精工製コインホッパーの写真が印刷された資料を、旭精工側担当者の立会いの基に廃棄したため、同社は目的を充分に達成したと判断、この件に関しては譲歩する形での決着となった。

▲旭精工担当者立ち合いのもとに廃棄されたコインホッパー製造型。１機種の製作に70～80個の型が必要とされる。

今回の提訴から和解に至るまでの一連の過程で、旭精工は事実上の勝訴に近い形で和解を成立させた。このことの持つ意味について同社は、「未だに台湾企業数社が当社の製品のコピーを製造・販売しているとみており、今回の提訴は、こうした企業の動きを牽制する上で意味があると思う。また更に、今後本社がこうした行為に対して毅然たる態度で臨むということを具体的な形でアピールできたと思う」と語っている。

ナムコ社長交代、中村雅哉会長が社長を兼任。
真鍋正前社長は副会長（予定）に就任。

代表取締役会長・社長
中村雅哉氏

㈱ナムコ（本社東京）では、このたび中村会長が社長を兼任すると共に、真鍋社長が社長を退任して新設される副会長（予定）に就任する旨の社長交代の役員人事を3月31日開催の同社取締役会にて正式に決定した。また、副会長ポストは6月開催の同社第37回定時株主総会で定款変更の決議を経て、その後開催の取締役会で決定の上、同開催日付をもって実施される予定。なお、市川濤雄副社長は現行通り。これにより3氏が従来通り代表取締役として代表権を持つことになる。

今回のトップ交代について同社では、「都市型テーマパーク事業及び小型ビデオゲーム開発のより積極的な展開と強化、拡大して行く中で、現社長の体力的な点が憂慮されることから、思い切って今回のトップ交代を図った。今後はトップ後継者の養成を図りながら、企業の永続的な発展を目差して行く」としている。

真鍋氏は、1990年6月に創業者の中村氏から社長をバトンタッチ、1期2年間にわたり同社の社長として活躍して来た。しかし、昨年暮に体力的な問題から辞意の表明がなされ、同社では検討に検討を重ねた結果、将来の展望に立って今回の思い切ったトップ交代の人事となったもの。副会長職については、会長、社長を補佐し現在、真鍋氏が就任している業界団体の各役員業務については、支障なく遂行できるとして、引き続いてその任にあたる模様。

〈中村雅哉氏略歴〉

1925年生れ、66歳。東京都出身。48年3月横浜工業専門学校造船科（現横浜国立大学工学部）卒業。55年6月㈲中村製作所設立、代表取締役社長就任。59年5月㈱中村製作所（77年現㈱ナムコに社名変更）に組織変更、代表取締役社長就任。77年6月ナムコ・エンタープライゼズ・エイシアLTD.取締役会長就任。78年6月ナムコ・アメリカINC取締役会長就任。87年3月㈱イタリアントマト代表取締役会長就任。90年6月㈱ナムコ代表取締役会長就任。92年4月同社代表取締役会長兼社長就任。

また、業界各団体関係として、69年2月日本アミューズメント工業協会（日本アミューズメントマシン工業協会の前身）会長就任。81年1月日本アミューズメントマシン工業協会（89年社団法人化）会長に就任、現在に至っている。その間、86年4月には藍綬褒章の栄誉にも浴している。

ホープ、新社屋完成！
●川崎工場・新事務所4月17日より営業開始

㈱ホープ（小野定良社長、本社東京）では、かねてより川崎工場の旧事務所敷地跡に建設中の新社屋ビルが、このたび完成。4月17日より新事務所にて営業を開始した。

完成なった新社屋は、建築面積423㎡、延床面積1258㎡、鉄骨3階建のモダンな建物。1階は工場部門と資材部門、2階は同社の関連会社の事務所と会議室、応接室等、3階はレジャー事業部と総務、経理、開発等の各部門に社長室。

同社は今年で創立満40周年を迎え、一つの節目として今回の新社屋完成となったもの。完成なった新社屋と共に今後の躍進が大いに期待される。

なお、新社屋落成にあたっては、社内だけの式典等に留め、表だったセレモニー等は行なわない。

新社屋の住所、電話番号等は従来通り。

▲完成なった新社屋。

新会社設立

■**㈱カプコン**（辻本憲三社長、本社大阪）では、ヨーロッパにおけ

↖

る販売拡大のため、ドイツ・デュッセルドルフに、2月17日、現地法人**カプコンヨーロッパ有限会社**を設立、4月1日より業務を開始した。カプコンの海外現地法人は1985年設立のカプコンU・S・A・（米国）に次いで2番目となる。

CAPCOM EUROPE GmbH

〈所在地〉INFORMATIONSBURO CATENSTR・2 4000 DUSSELDOLF 30 GERMANY

〈役員〉

取締役（代表業務執行者） 柏木信男
（㈱カプコン出向社員）

取締役 笹谷 実
（非常勤 ㈱カプコン海外営業部長）

取締役 大谷 弼
（非常勤 ㈱カプコン海外事業部長）

〈資本金〉5万DM（約400万円・全額㈱カプコン出資）

〈決算期〉3月31日（年1回）

社名変更・改組

■**㈱太栄商事**（皆川幹夫社長、本社東京）は、4月1日付けで社名を**㈱タイトーアルト**に変更する。

同社は、㈱タイトー（長谷川桂祐社長、本社東京）が100%出資する子会社で、店舗の設計・施工・不動産業、旅行業などの事業部門を受け持っている。「アルト（ART）」はアーキテクチャー、リアルエステート、トラベルの3語の頭文字から取ったとのこと。

今回の社名変更の狙いは、社名に「タイトー」の文字を入れることによって、親会社との連携を強化、フランチャイズチェーン店を含むAM施設に、テーマ性を持った高度なデザイン、空間演出を導入することにあるという。

また、今後タイトーが進めるゲーム施設内での物販、飲食事業展開等の多角化と連動、これに対応した店舗の開発にも取り組む予定である。

■**㈲サンライト機工**（竹内良一社長、本社高知県高知市）では、3月25日付で株式会社に改組、同時に社名を変更し、**株式会社サンライト**とした。また、電話・FAX番号も覚えやすいものに変更した。

㈱サンライト
TEL0888（33）3377
FAX0888（33）3388

※住所は従来通り。また、同社が事務局となっている高知県アミューズメントオペレーター協会の連絡先も右記に変更となった。

組織変更・人事移動

■**㈱ナムコ**（真鍋正社長、本社東京）では、3月28日開催の取締役会において組織変更及び人事移動を決議、4月1日より実施した。

組織変更

・組織機構を次の通り改める。

⑴企画事業部門

新たにテーマパーク事業部を設け、現営業一部二子玉川事業所の業務を移管し、企画事業担当がこれを管掌する。

⑵開発部門

新たにVS開発部を設け、開発担当がこれを管掌する。

※変更の理由

都市型テーマパーク事業及び小型ビデオゲーム開発のより積極的な展開と強化を図る為。

人事移動

（ ）内は旧

開発企画部長 岩谷 徹
（企画事業担当付部長）

VS開発部長 徳江晶彦
（EM開発部課長）

テーマパーク事業部長 池沢 守
（企画事業室課長）

人事移動

■**三精輸送機㈱**（太田昭比古社長、本社大阪）は、3月24日開催の取締役会において、以下の役員移動を内定した。

（カッコ内は旧職）

常務取締役管理部長 木内一之
（監査役）

常務取締役経理部長 井田 繁
（経理部長）

監査役 岡本泰宏
（常務）

退任 前田完一
（会長）

同右 平賀文夫
（専務）

この度専務を退任する予定の平賀氏は、JAPEAの副会長を務めていたが、今回の人事異動によりその任を離れることとなる。また、同氏はこれまで同社専務と、関連会社である三精メンテナンス㈱の社長を兼任してきたが、今後は、三精メンテナンス社長の職に専任する予定。

以上の人事はいずれも内示であ

り、4月28日の株主総会及び取締役会において正式に決定される見込み。

■**データイースト㈱**（福田哲夫社長、本社東京）では、3月30日開催の臨時株主総会において、先月逝去した同社監査役・内田忠男氏の後任として、同社嘱託、原沢克男氏を監査役に選任、同日就任した。

内田忠男氏は昭和55年に同社監査役に就任、12年間に亘り監査業務を行なってきたが、2月29日、気管支喘息のため急逝した。享年74歳。

新任監査役原沢克男氏は、外資系企業で総務部長を勤め、平成2年2月にデータイースト㈱の嘱託として入社。主に法務関係の業務に従事していた。

住所変更

■**㈱セガ・エンタープライゼス**（中山隼雄社長、本社東京）の**宣伝部・広報企画室**が本社に移転、3月30日より業務を開始した。

〈新住所〉
東京都大田区羽田1―2―12
（本社ビルとなり羽八ビル8F）
〒144
TEL03（3743）7447
FAX03（3743）7830

■**㈱アトラス**（原野直也社長）では、このほど本社及び各営業部門を統合、業務体制の刷新を図るべく事務所を移転、4月6日より業務を開始した。新住所は以下の通り。

〈住所〉
東京都新宿区津久戸町3番12号
〒162
TEL03（3235）7801
03（3235）7802
（共に代表）
営業部販売一課
TEL03（3235）7971
FAX03（3235）5493
営業部販売二・三課／店舗部
TEL03（3235）7972
FAX03（3235）4109
ビデオゲーム部
TEL03（3235）7802
FAX03（3235）7803
ビデオゲーム部技術課
TEL03（3235）7973
管理部
TEL03（3235）7801
FAX03（3235）7804
※各部直通電話

■**㈱テクスメックス**（松田規義社長）はこのほど事務所を移転、4月6日より業務を開始した。新住所は以下の通り。

〈住所〉
東京都渋谷区神宮前1―3―8
神宮前レジデンス
〒150
TEL03（5410）3011
FAX03（5410）3019

■**㈱アリサカ**（有坂順三社長、本社宮崎）が、かねてより建設中であった本社新社屋がこの程完成した。同社では、新社屋に事務所を移転。3月16日より、業務を開始した。本社新社屋の住所は、以下の通り。

〈新住所〉
宮崎県本郷北方2485―20
〒880
TEL0985（52）1314
FAX0985（52）1103

■**㈱テンゲン**（松永一夫社長）では、開発部門の拡充ならびに販売業務充実のため事務所を移転、4月6日より業務を開始した。新住所は以下の通り。

〈住所〉
東京都台東区台東4丁目20番6号
〒110
TEL03（3835）4022
FAX03（3835）4033（代表）

住所表示変更

■**㈱センシン**（山田茂雄社長）の住居表示および郵便番号が、千葉市の政令都市移行に伴い、4月1日より変更となった。また、同様の理由で4月29日より電話番号も変更となる。新住所は以下の通り。

〈住所〉
千葉市花見川区長作町1374番地
〒262
TEL043（259）5681
（代表）
FAX043（259）6794

訃報

㈱禪の松川紘士社長のご尊父松川保人氏が4月4日午前6時55分、直腸癌のため逝去。享年87歳。

お通夜は4月4日午後6時、また告別式は翌5日午後1時より夫々しめやかにとり行なわれた。喪主は長男の松川督氏。

ここに謹んでご冥福をお祈り申しあげます。

コラム

コナミ、ECCコンピュータ学院に協力、「第1回R・P・Gシナリオコンテスト」を共催

●ゲーム作りを通し、思考力を開発

ECCコンピュータ学院（大西宏史学院長、所在地大阪市北区）では、この度コナミ㈱（菱川文博社長、本社神戸）の協賛を得て、〈RPGシナリオコンテスト〉を開催した。

ECCコンピュータ学院は、コンピューターに関する専門学校。現在のコンピュータ社会が、コンピュータやシステムそのものを扱う情報処理技術の専門家だけでなく、一般企業内に於いてコンピュータ・OA機器を業務運営の手段として有効に駆使できる人材を求めている現状をにらみ、高度な情報処理技術者だけでなく、ビジネスニーズに対応したプログラマー等の養成を目指した学科編成がなされている。

同校の特徴は、「思考力開発」という全校生徒を対象にした必修授業があること。このカリキュラムは、ECCコンピュータ学院を経営する㈱ECC（山口勇理事長、本社大阪）が、アメリカ・ボストンにあるハーバード・ビジネススクールの学習システムを基に、独自の味付けを施して開発したもの。あるケース（状況）を設定し、それに対応する解答を考え出す作業の中で、学習態度能力、発想力、創造性表現力、企画力、コミュニケーション力、分析力、創造力など、社会（特に企業）で必要とされる能力でありながら、現行の教育制度では育成が困難な能力の育成を目的としたカリキュラムである。

昨年の夏、このカリキュラムにおけるケースの一つとしてロールプレイングゲーム（以下、RPGと略す）を取り上げてみてはどうかという意見がでた。しかし、特にゲーム業界に絞って積極的に人材配給を目指す学校ではないため、RPGに精通している専門家が同校内部にいなかった。そこで、大阪電気通信大学の教授であり、日本CAI（Computer Aided Instruction）学会関西支部長を務める石桁正士氏に相談したところ、永田昭彦コナミ㈱技術研究所次長を紹介された。相談を受けたコナミ側では、「思考力開発」カリキュラムに興味を持ち、検討の結果「若い学生さんのやる気の手助けをさせて頂きたい」との結論を出し、コンテスト開催を手助けする運びになったという。

コナミは、今回のケース実施にあたり、テキスト制作の段階から協力。コンテストに於いては、ECC側と共同で応募作品を審査、優秀作品の制作者に対し、賞品を贈呈することにした。

このコンテストの応募作品の対象は、同校に在学する約1200名の学生が制作したもの。学生は平均4名のグループを組み、週に一度行なわれる「思考力開発」の授業5時間を使ってシナリオを制作し、昨年12月18日の応募作品の提出日には250点をこえる作品が集まった。その中には5時間という授業の枠内を越えた所での作業が当然行なわれたであろうと思われる大作、力作が続出。作品の分野もファンタジー、ホラー、歴史、恋愛など多岐にわたった。

これらの作品をECC、コナミ、双方より選ばれたメンバーが審査。29作品が第一次審査を通過した。更に厳正な審査が行なわれ、3月5日、同校にて〈第1回RPGシナリオコンテスト最終審査発表会〉が開かれた。グランプリに輝いたのは『人魚達の冒険〜歌姫セリアの一世一代の大勝負〜』。同校情報システム学科1年の藤戸洋司君、浦田哲史君、中川武史君、金岡賢一君、三浦昌子さん、井田雅代さんの共同作品である。その内容を簡単に紹介すると、超美人の人魚セリアが、人魚の男に飽き足らず、人間に姿を変えて大陸に男を探しに上がる。そして大陸での様々な

▲最終発表会にはコナミの菱川文博社長も出席。「発展成熟期を迎えたこの業界に対し、危惧の念を抱く人も出始めているが、私自身は90年代後半から21世紀にかけてまだまだ伸びるとみている。みなさんがこの世界での仕事を望まれるのであれば、心から歓迎したい」と語った。

出来事を通して人魚的（？）な成長をとげ、最後に本当の恋を見つける、というファンタジックなラブストーリー。ストーリー、イベント、アイテム等、ゲーム各要素の総合的なバランスの良さや、作品の完成度の高さ等が評価されてのグランプリ授賞となった。

各賞の発表及び表彰が行なわれた後、今回のコンテストの審査員としても尽力したコナミの永田氏が壇場に立ち総評を述べた。その中で同氏は、「審査をする過程で、当方にとってユーザーである皆様が、どういったものに興味を持ち、且つどういった傾向のものを好まれるかよくわかりました。今後のゲーム開発の参考にしたいと考えています」と、語った。

RPGのシナリオは、単なる思い付きによるつじつまあわせからは決して生まれない。その制作過程では、高度に構築された論理的思考力や縦横無尽な表現力が求められる。ECCでは、「今回のコンテストは、学生にとって非常に興味の深い素材が取り上げられたことで、彼ら自身、楽しみながらこうした能力の開発に取り組むことができたのではないか」と語っている。ゲーム業界が学生のやる気をくすぐり、その秘められた能力を引き出す手助けをした一つの好例といえるだろう。

カプコン、月刊誌「ゲーメスト」の誌上でビデオゲーム企画を募集

●最優秀作を製品化

㈱カプコン（辻本憲三社長、本社大阪）とアーケードゲームの専門誌「ゲーメスト」を発行する㈱新声社は、昨年、共同主催の形で業務用ビデオゲームの企画を募集。このほど最優秀作品を決定し、同作品を製品化することになった。

最近カプコンに一般ゲームファンによるゲーム企画持込みが増えており、一方新声社にも、作ったゲーム企画をどうしていいのか解らない、という読者の声が届いていた。こうした状況について、両社が意見を交換、一般書店での販売が行なわれている月刊誌「ゲーメスト」において、共同主催の形で広く一般のゲームファンから企画を募集、最優秀作品を製品化することになった。

募集期間は昨年5月末から8月末まで。『ゲーメスト』の誌上において募集の要項が告知され、期間中に200点以上の作品が集まった。その後、今年に入って1月17日（金）と18日（土）の2日間、三重県賢島の加富根荘（カプコン所有の別荘）にて最終選考会が行なわれ、最優秀賞1名、優秀賞2名、3席10名が決定した。

最優秀賞に輝いたのは森圭介君（大阪府、19歳）のシューティングゲーム『ULTIMATE ECOLGY』。ゲーム化する上で非常に現実的な企画でありながら、キャラクターや攻撃方法の多彩さで高いオリジナリティを出した点が評価されての授賞となった。カプコンでは、既に森君を含むプロジェクトチームを結成。商品化に向けて着々と作業を進めている。

表彰式は、2月28日（土）午後2時より、カプコンの東京支社応接室において行なわれた。表彰式には、森君の他に優秀賞を授賞した2名が招かれ、表彰状と商品目録（最優秀賞は米国AMOAエキスポ92に招待、優秀賞にはカプコンのオリジナル基板）が授与された。

また、カプコンと新声社は、今年の夏に2回目のゲーム企画募集を行なうことを決定。更に第3回、第4回……と続けていく予定であるという。新声社では、今回前例が出来たことによって、次回の募集にはより多数の質の高い企画が集まるとみており、回数を重ねることによって、募集・開発・販売のラインが出来上がれば、毎年新作をユーザーに提供出来るようになるとしている。更に今回ゲーム化するのは最優秀賞の1作のみだが、次回以降は優秀な作品が多数ある場合、何作でも製品化する予定とのこと。カプコンでは、「ユーザーの方々に、色々な形で我々のゲーム作りに参加してもらいたい。また、本当にゲームを愛している人は色々なことを考えているはず。こうした催しに参加することで、彼らが何を考えているのかを知りたい」と語っている。

関連ニュースダイジェスト

幕張にテーマパーク 港湾を題材に

（『日経産業新聞』3・31）

フジタを中心とするグループが30日、千葉県が計画している幕張海浜公園の一区画の事業コンペに入選、事業予定者に決定した。海のシルクロードをテーマにベニス、アテネ等7つの港町が繁栄した時代の施設を売り物に、入場者は運河を使って各施設を回る。来年度中に県と基本協定を結び、93年度着工、95年度中のオープンを目指す。概算事業費は約600億円。

フジタなどが提案した「海のシルクロードファンクルズガーデン」は、23・8haの敷地に、ミュージアム、ホテルなどからなる無料のオープンパークとオペラハウス、ショーレストラン等からなる有料のインナーパークをつくる。計画地は千葉マリンスタジアム地区の隣接地で海光線は約1・1km、年間入場者数は300万人を見込んでいる。

カンザス州に「オズ」パーク

（『日経産業新聞』3・28）

テーマパーク・デザイン会社のランドマーク・エンターティメント・グループ（本社ロサンゼルス市）は、カンザス州の有力政治家や企業家がカンザス市に建設を計画している「オズの魔法使い」を主題にしたテーマパークのデザインを受注した。五月に企業化調査を終え、早ければ来年早々に建設が始まる見込み。建設総額は約3億ドルで、96年春の開園を目指している。

同テーマパークの名称は「ワンダフル・ワールド・オブ・オズ」。カンザス市郊外の面積800エーカーの敷地内に建設する。第一段階では、敷地50エーカーのテーマパークと36ホールのゴルフコース、高級ホテル一棟を建設する計画で、週末の泊まりがけ観光客を対象とする。第2段階では、映画博物館や水をふんだんに使った公園などを追加する。また物語の内容に沿った乗り物やショーをつくる予定。

ユーロ・ディズニー 4月24日に開業

（『日経流通新聞』4・17）

ディズニーランドの欧州進出として話題を集めるユーロ・ディズニーランドがこの4月24日、パリ近郊でオープンする。

ディズニーランドが開業するマルヌ・ラ・バレ地区は、パリの東方約30km、田野と森が広がる農村地帯だが、交通の便はよい。空の玄関、ドゴール空港から近く、高速道路の他パリからは高速地下鉄（RER）が乗り込れる。また94年6月完成予定で仏高速鉄道（TGV）の乗り入れも決まった。

ユーロディズニーランドの総面積は1943ha。パリ市の約5分の1の面積に相当する。今回オープンするのはこのうち600haで、テーマパークを中心にホテル6棟（5200室）、バンガロー付きのキャンプ場、18ホールのゴルフ場が一斉に開業。この第一期工事分だけで投資総額は220億フランに上る。

テーマ構成やイベントは他のディズニーランドとほぼ変わらない。入場料は大人225フラン（約5470円）、子供150フラン（3645円）とかなり高め。

ユーロディズニーランドの建設地がパリ郊外に決まったのは1987年。37ケ所の候補地から選ばれた。欧州の中心に近い地の利と有数の観光都市パリの魅力に加え、広大な土地を破格の安い値段で払い下げたことがパリ選択の理由。仏政府は地元の雇用創出を期待し、交通網の整備等を約束してプロジェクトの後押しをした。

ディズニーランドの欧州進出に当っては東京ディズニーランドの成功が大きな刺激になったようだ。米ディズニーランド本社の欧州進出への意気込みは相当なもので、欧州子会社を通じて直接投資し運営にも乗り出す。

もっとも不安材料がないわけではない。80年代に仏国内に相次いで建設されたテーマパークの経営は必ずしも順調とはいえず、また、自国の文化擁護に特に熱心なフランス人の中には米国の文化が大挙して押し寄せてくることへの反発もある。

ユーロディズニーランドの特徴はテーマパークをさらに発展させた複合リゾート基地の建設。テーマパークで客を集め、収益性の高いリゾート基地の経営で効率よく稼ごうとの胸算用だ。最終的には2017年まで建設工事の続く遠大なリゾート計画である。

二期工事ではコンベンションセンターのほか映画撮影所を建設し、欧州の映画事業部門をここに集中させる計画だ。開業初年度に一千百万人の入場者を見込んでいる。

愛ディアYOUモア
BANPRESTO
バンプレストは
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。
地球の平和と、子供たちのために。
誕生から26年。ウルトラマンは常にヒーローでした。その人気は衰えを知らず、最近発行された
ウルトラマンの研究書は、話題のベストセラーとなっています。彼らは寡黙で無表情。
誰に頼まれたわけでもないのに、自分の故郷と遠くはなれた地球の危機を救うため、
命をかけて闘ってきました。その姿が夢多い子供たちの胸を、熱い感動で
ふくらませてくれたのです。
わたしたちの目的も同じです。新たな感動を子供たちに与えるために
常に新しい遊びの可能性を追い求めて努力しています。
そしていつかは、子供たちのヒーローになるために。
ウルトラマン年譜
1966年7月
ウルトラマン誕生
「ウルトラマン」放映開始
1967年10月
「ウルトラセブン」放映開始
1971年4月
「帰ってきたウルトラマン」放映開始
1972年4月
「ウルトラマンA」放映開始
1973年4月
「ウルトラマンタロウ」放映開始
1974年4月
「ウルトラマンレオ」放映開始
1979年4月
「ザ・ウルトラマン」放映開始
1980年4月
「ウルトラマン80」放映開始
1984年3月
「ウルトラマンキッズ」劇場に初登場
1989年4月
日米合作「ウルトラマンUSA」劇場公開
1990年9月
「ウルトラマンG」ビデオリリース
バンプレスト
ウルトラマンシリーズの歩み
1990年2月
「ウルトラマン倶楽部大進撃(カード機)」発売
1991年3月
「ウルトラマンバトル(メダル機)」発売
1991年4月
「ウルトラマンビデオゲーム」発売
1991年7月
「ウルトラマンショット(カード機)」発売
1992年3月
「トリプルアタック(メダル機)」発売
1992年5月
「とるとるキャッチャーぬいぐるみ
ウルトラマン3」発売予定
「とるとるキャッチャーぬいぐるみ
怪獣セット」発売予定
©円谷プロ
トリプルアタック
ウルトラマン倶楽部大進撃
ウルトラマン
©BANPRESTO/BANDAI
ウルトラマンバトル
ウルトラマンショット
ゲーム機用カード
ULTRAMAN
2000FP
パート1
ALIEN ICARUS
1000FP
パート2
ULTRASEVEN
KING JOE
2300FP
パート3
パート4
ULTRA 5 BROTHERS
2500
パート5
ゲーム機用メダル
5月発売
ウルトラマン3
とるとるキャッチャー
景品用ぬいぐるみ
5月発売
ウルトラ怪獣セット
株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14 〒111
バンダイ第3ビル
PHONE : 03-3847-5161

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは
バンダイグループの一社です。

好評発売中 ©葦プロ・NTV
魔法のプリンセスミンキーモモ

好評発売中
ゲゲゲの鬼太郎2 ©水木プロ・東映動画

高い品質がキャラクターの楽しさを表現します。

5月発売
ウルトラマン3 ©円谷プロ

5月発売
ウルトラ怪獣セット ©円谷プロ

5月発売
アルプスの少女ハイジ ©ZUIYO

グルグル回って
妖怪退治!

©水木プロ・東映動画

汽笛を鳴らしてGOGO!

©やなせたかし/
フレーベル館・TMS・NTV

アンパンマンと
楽しいドライブ

©やなせたかし/
フレーベル館・TMS・NTV

スロットバトルで
メダルにアタック!

©円谷プロ

Happi net 夢マーケティング
株式会社ハピネット

AM事業部AM1部 〒130 東京都墨田区業平1-5-8 サンライン第49ビル5F
Tel 03-3623-8271 FAX 03-3621-1968
AM事業部AM2部 〒577 大阪府東大阪市楠根1-6-12

©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV
それいけ！アンパンマン
みんなをのせて出発進行！
GoGo ゴーゴー アンパンマン
いっしょに行こうよ
あそびかた
お金を入れるとスタートします。
このとき、アンパンマンのオリジナルカードが出るから、記念にしてネ。
操作パネルには6つのボタンがあって、気笛の音やぼくらの声（アンパンマン、ばいきんまん、ドキンちゃん、カレーパンマン）が出るようになっているんだ。それに本当の機関車のように蒸気も出せるから気分は満点だよ！
あそんでもらおう！
仕様・外形寸法
長さ 2510㎜ 幅 875㎜ 高さ 1800㎜
定員 4名（大人2人 子供2人）
※客車付き時
走行速度 2㎞/h 走行半径 2.5m
電源 外部電源 AC100V 出力AC24
消費電力 約300W 重量 300㎏
※商品改良のため、仕様等は予告なく変更する場合があります。
発売元 株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14 〒111
バンダイ第3ビル AM事業部
PHONE:03-3847-5164

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは、
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。

仕様・外形寸法

長さ 1270㎜ **幅** 920㎜ **高さ** 700㎜
（900㎜ ばいきんまん・ドキンちゃんツノ含む）
定員 2名（大人1人、子供1人）
走行速度 毎分約33メートル
最小回転半径 1.5メートル
電源 バッテリー46B24R
重量 90kg（参考）

景品がキャラクター!!

人気上昇コインゲームに新機種登場!

遊び方

- 10円硬貨又は、メダルを入れてください。
- コイン投入枚数によりラインの数を決められます。
- ライン上にうまく絵がそろえば"当り"です。
- 科特隊マークが2つそろうと、ゴールドメダルがもらえる、ボーナスゲームになります。

3つの絵をライン上にそろえよう!!

投入メダル枚数	入賞ライン
1枚の場合	のラインが入賞です。
2枚の場合	と のラインが入賞です。
3枚の場合	と と のラインが入賞です。

50枚 / 40枚 / 30枚 / 20枚 / 10枚 / 5枚 / 1枚

BANPRESTO 1992 MADE IN JAPAN

スタート

ゴールドメダルが当たる!!

ラッキーチャンス到来!

チャンス!!

4枚 / 2枚 / 1枚

ボーナスゲーム

一番左のリールに科特隊マークが止まる！そして、またまん中のリールにも科特隊マーク!!

仕様・外形寸法

奥行　350mm　幅　400mm
高さ　1240mm
（アイキャッチ・キャスター含む）
1015mm（アイキャッチ含まず）
重量　35kg（アイキャッチ含む）
入力電圧　AV100V　50/60Hz
消費電力　60W　〒電取り申請中

発売元 株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14　〒111
バンダイ第3ビル　AM事業部
PHONE：03-3847-5164(代)

バンプレストは、
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。
©水木プロ・東映動画
グルグル鬼太郎
暗がりで光るカードが集客率を高める!
遊び方
●お金を入れて、鬼太郎の足がどの絵柄で止まるか1つ選んでボタンを押して下さい。
●ボタンを押すと鬼太郎が止まり、選んだ絵柄に足が止まれば当りでカードが出ます。(1枚～3枚)
●1プレイ20円 6プレイ100円
2 父さん!グルグル回って妖怪をたおすぞ!!
1～3枚 カード枚数は下の数字だ!! 3
BANPRESTO
1
2
1
3
1
2
1
はずれ
クレジット
カードぎれ
あたり
BANPRESTO
ボタンを押すのじゃ!
ストップ
BANPRESTO
カードでぐち
1 鬼太郎!お前のたおす妖怪を決めるのじゃ!!
暗い所でカードが光る!!
仕様・外形寸法
奥行 360mm 幅 380mm
高さ 1325mm
(アイキャッチ・キャスター含む)
1105mm(アイキャッチ含まず)
重量 25kg(参考)
消費電力 40W(参考)
入力電圧 AC100V 50/60Hz
▽電取り申請中
※商品改良のため、仕様等は予告なく変更する場合があります。

警察庁「平成3年中における風俗環境の状況と風俗関係事犯の取締り」を発表

○全国でゲーム機等設置の営業所数は3万6993軒、設置台数は43万7755台

（平成3年12月現在）

ゲームセンター等の8号許可営業所数は1万9812軒（対前年比991軒の減少）

警察庁保安部保安課では、恒例の「平成3年中における風俗環境の状況と風俗関係事犯の取締り」に関しての調査結果について、先に昨年10月末の資料を発表していたが、このたび第8号営業に関する営業所数等についての同12月末の資料が公表されたので、本項で併せて報告する。

同調査結果によると、まず全体の概況について、風俗環境の浄化を図るための指導取締りを推進した結果、盛り場等の風俗環境は概ね健全化の方向にあるものの、その一方で年少者使用事犯、無許可風俗営業事犯、外国人女性が関与する風俗関係事犯、デートクラブ等を舞台とした売春事犯等が跡を断たないほか、ダイヤルQ^2システムを利用した新たなわいせつ事犯が発生するなど、予断を許さない状況にある。こうした風俗環境の実態を踏まえ、引き続き風俗営業の健全化を図るため、必要な行政指導を行なうとともに、暴力団が関与する事犯等の悪質な風俗関係事犯に重点を指向した取締りを推進することとしている。

風俗環境の状況については、風俗営業所数（第1号～第8号営業）は、全国で14万5014軒（平成3年10月末現在）で前年末に比べ1607軒（1・1%）の減少と毎年減少化傾向を辿っている。

中でも風俗許可対象の8号営業所数〈表1〉は、全国で1万9812軒とややこのところ減少傾向に歯止めがかかったものの、前年末に比べて991軒（4・8%）の減少と相変らず高い数字を示している。

しかし、8号営業の業態別〈表2〉からみると、許可営業所の中でいわゆるゲームセンター等の専業店は5936軒と前年末に比べて175軒（3%）の増加となっており、昨年までの減少（平成2年は2%減）化現象が逆転して平成3年は増加現象に転じている点が注目される。これは、現在、顕著に多くなって来ている複合型の独立ロケーションや商業ビルのリニューアルに伴うロケーションの出店等が昨年1年間に如何に活発に行なわれたかを物語っている。

〈表1〉 8号営業所（ゲームセンター等）数の推移（昭和62年～平成3年）

	昭和62年	昭和63年	平成元年	平成2年	平成3年
8号営業所数	25,435	23,616	21,929	20,803	19,812
対前年比	(▲1,138) ▲4.3%	(▲1,819) ▲7.1%	(▲1,687) ▲7.1%	(▲1,126) ▲5.1%	(▲991) ▲4.8%

（　）内軒数、百分率

但し、飲食店等の併設店は1万710と前年末に比べて959軒（8・2%）の減少と昨年の6・3%の数値を更に上回り、減少化傾向が著しくなっている。

また、許可対象外のその他の営業所は、全体に減少化傾向はあるものの、大規模小売店舗等の併設店、いわゆるSCロケーション等は、1071軒と前年末に比べて102軒（10・5%）と大幅な増加となっており、大店法の改正に伴うSCロケの出店が1昨年に続いて、昨年は如何に精力的に行なわれたかが窺い知れるものとなっている。

過去5年間の8号営業所数の推移〈表1〉を見ると、昭和63年、平成元年の夫々7・1%の減少率が平成2年は5・1%と減少化に歯止めがかかり、平成3年は4・8%と更に減少率が鈍化した点は注目される。風営適正化法が昭和60年2月13に施行されて7年を経過した現在、施行当初の混沌とした状況は確実に一掃され、小型AM業界（ゲーム機業界）では、健全で明るい店舗の出現や女性顧客層の著しい増加により、伸展の一途を辿っており、今や着実に社会の中で定着して来たと見ることができるだろう。

更に興味深いことは、全国の許可営業所及びその他の営業所（許可対象外）数、即ち全国にゲーム機等を設置している営業所数は、3万6993軒と前年末に比べて1540軒（4%）減少しているにも拘らず、ゲーム機等の設置台数は43万755台と前年末に比べて、逆に1万273台（2・4%）増加している点である。特に許可対象専業店では、25万165台と前年末に比べて1万5346台（6・5%）、また対象外のその他の営業所の中の大規模小売店舗（SC等）の併設店においても1万9044台と前年末を1667台（9・6%）、夫々大幅に増加している。これは平成3年においては、ゲーム機等の設置比率が大きい許可対象の専業店が増加していることから当然の結果と言えるかも知れない。しかし、全体の営業所数が減少してゲーム機等の設置台数が昨年に続いて増大している点は、店舗の大型化やSCを中心とした郊外型、複合型のロケーションの著しい伸展振りを見逃がすわけには行かないだろう。

なお、カラオケボックス等の営業実態についても発表しているので、ここで報告しておく。平成3年10月末現在のカラオケボックス等は、全国で7521営業所、7万6448客室と前年末に比べて営業所が2482（49・3%）、客室が2万7394（63・3%）と大幅な増加を遂げている。但し、これに伴いカラオケボックス内の少年の非行化現象が依然として後を断たない点が指摘されている。

〈表2〉

ゲームセンター等の遊技設備備付台数別営業所数と備付台数

業態別			営業所数（軒）	遊技設備台数（台）
許可営業所	専業店		5,936 (5,761)	250,165 (234,819)
	飲食店併設	深夜酒類提供飲食店	843 (848)	5,891 (5,859)
		深夜飲食店	379 (400)	3,205 (3,549)
		上記以外の飲食店	9,488 (10,421)	56,236 (60,664)
		小計	10,710 (11,669)	65,332 (70,072)
	その他との併設	風俗営業1号～7号	89 (94)	1,294 (1,274)
		旅館・ホテル	125 (112)	2,848 (2,692)
		大規模小売店舗等	407 (433)	17,000 (16,796)
		その他	2,545 (2,734)	25,034 (26,455)
		小計	3,166 (3,373)	46,176 (47,217)
	合計		19,812 (20,803)	361,673 (352,108)
その他の営業所	専業店		75 (30)	1,169 (547)
	飲食店併設	深夜酒類提供飲食店	751 (796)	1,180 (1,295)
		深夜飲食店	983 (1,104)	2,120 (2,324)
		上記以外の飲食店	10,184 (10,695)	19,144 (20,056)
		小計	11,918 (12,595)	22,444 (23,675)
	その他との併設	風俗営業1号～7号	136 (161)	405 (512)
		旅館・ホテル	2,579 (2,553)	16,281 (16,515)
		大規模小売店舗等	1,071 (969)	19,044 (17,377)
		その他	1,402 (1,422)	9,739 (9,748)
		小計	5,188 (5,105)	45,469 (44,152)
	合計		17,181 (17,730)	69,082 (68,374)
総合計			36,993 (38,533)	430,755 (420,482)

※(　)内は平成2年12月末の数字　　（平成3年12月末現在）

少年がトルエンを吸入する事例や営業者等が少年に酒類を提供するなどの事例が発生しているため、善良な風俗環境の保持や少年の健全育成の観点から、営業の健全化に向けた指導を引き続いて行なう必要があるとしている。

風営適正化法違反の取締り検挙件数は、全国で2519件（平成3年10月末）と減少化

風営適正化法違反の取締り状況は、〈表3〉の通りである。

平成3年10月末現在の検挙件数は、2519件と前年末に比べて719件（22・2％）と大幅な減少となっており、過去5年間の推移をみても年々減少化傾向にある。

しかし、依然として18歳未満の者に客の接待をさせたりする年少者使用事犯等や暴力団が関与する風俗関係事犯等が後を断たないことから、引き続き強力な指導取締りを推進する必要があるとしている。業種別の内訳が公表されていないので8号営業関係の違反による検挙状況は不明だが、このところの減少化傾向と過去の実績から推して少ないものと思われる。

ゲーム機による賭博事犯の検挙状況は507件（平成3年10月末）と前年同期に比べて14・8％の減少

ゲーム機賭博による違法営業の検挙状況は、〈表4〉の通り。

平成3年10月末現在で、全国の違法営業の検挙数は507件、検挙人員数は2824人、検挙営業所数は495営業所で押収台数は、4494台、押収賭金は約3億5千万円となっている。これを前年同期に比べると、件数で88件（14・8％）、人員で268人（8・7％）、営業所数で79営業所（13・8％）といずれも減少しているが、押収賭金は約3千万円（9・4％）増加している。

また、検挙営業所の495営業所のうち8号許可営業所が昨年よりやや減少しているものの、123営業所（全体の24・8％）もあり、依然として高い数字を示している。8号営業を隠れ蓑にゲーム機賭博が依然として後を断たない点も浮き彫りになっている。

これ等の検挙事犯の中には、多数の喫茶店等に賭博ゲーム機をリースして暴利を得る大がかりな事犯や暴力団が関与している事例も見られるとしている。

悪質な事例としては、「暴力団組員が捜査の目から逃れるため、従業員を許可名義人として営業者に仕立て上げ、店舗の賃貸契約、ゲーム機の売買契約等の開店準備をすべてさせるなど、偽装工作を徹底して敢行していた悪質なゲーム機使用の賭博事件で、組員を含む関係被疑者18名を検挙するとともに、ゲーム機47台等を押収した（兵庫、2月）」などがあげられている。

〈表3〉

風営適正化法違反の検挙状況の推移（昭和62年～平成3年）

年次 区分	昭62	昭63	平元	平2	平3(10月末)
計	5,141	4,988	4,018	3,238 (2,764)	2,519
無許可	1,266	1,124	885	639 (547)	486
客引き	570	424	279	181 (148)	121
年少者使用	1,684	1,753	1,480	1,410 (1,231)	1,178
18歳未満の者の立ち入らせ	98	68	72	50 (41)	32
20歳未満への酒等の提供	453	472	450	382 (327)	325
名義貸し	83	84	74	46 (37)	30
その他	987	1,063	778	530 (433)	347

注（　）内は10月末現在の検挙件数を示す。

〈表4〉

遊技機使用による賭博事犯検挙状況の推移（昭和62年～平成3年）

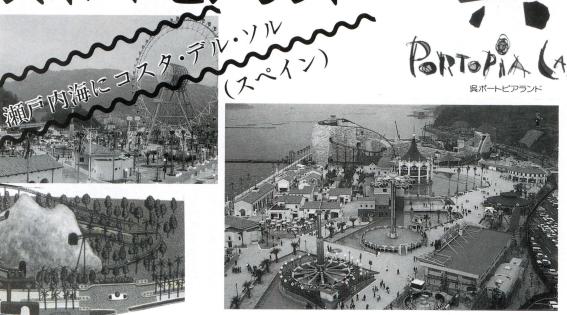
年次 区分		昭62	昭63	平元	平2	平2 1～10月	平3(10月末)
検挙	件数	999	1,005	806	677	595	507
検挙	人員	5,430	5,572	4,875	3,720	3,092	2,824
検挙	営業所	999 (372)	1,002 (267)	796 (212)	658 (176)	574 (153)	495 (123)
押収台数		7,964	8,263	6,287	4,936	4,715	4,494
押収賭金		3億8千万	4億2千万	3億7千万	3億6千万	3億2千万	3億5千万

注（　）内は8号営業許可営業所における検挙件数を内数で示す。

話題

呉ポートピアランド

瀬戸内海にコスタ・デル・ソル（スペイン）

呉ポートピアランド

呉から	●ＪＲ呉線で約10分 ●広島呉道路経由で約10分 ●ＪＲバスで約20分
広島から	●ＪＲ呉線で約20分 ●広島呉道路（広島大橋）、国道31号線経由で約30分 ●ＪＲバスで約40分
福山から	●ＪＲ山陽新幹線、呉線経由で約1時間10分 ●国道2号、広島呉道路経由で約2時間30分
岡山から	●ＪＲ山陽新幹線、呉線経由で約1時間15分
大阪から	●ＪＲ山陽新幹線、呉線経由で約2時間10分
小郡から	●ＪＲ山陽新幹線、呉線経由で約1時間10分
博多から	●ＪＲ山陽新幹線、呉線経由で約1時間45分
松山から	●水中翼船で約50分 ●フェリーで約2時間15分

3月20日、瀬戸内を臨む広島県呉市にオープンした「呉ポートピアランド」は、〝コスタ・デル・ソル〟をイメージしたアミューズメントパーク。コスタ・デル・ソルはスペインの地中海に面した国際的リゾート地であり、瀬戸内海の気候風土、地理的環境が同所に類似していることから、今回のスペイン風パークの誕生となった。

面積は陸地部約5・8万㎡。加えてエンジンのない新造船（延床面積約1・4万㎡、全長128ｍ、幅38ｍ、全長20ｍ）を係留して内部をアミューズメントシップとして整備、陸と海を一体化したパーク作りを行なっているのが特徴だ。

地域経済の活性化を目指した「くれフェニックス計画」

呉ポートピアランドは、地域経済の活性化と余暇時代への対応としての呉市のプロジェクト「くれフェニックス計画」を実現させたもの。もっとも、86年12月に発表された同計画は、大幅な計画の見直し、検討が重ねられ、現在のようなパークにまとまった。

当初の計画は、中古の20万トン級タンカーを購入しそれを改造、ホテル、テニスコート、プール等などから成る船上新都市を創造するというものだった。不況下の当時は、世界中に中古タンカーが余っていたからである。しかし、やがて景気は上向きに転向、中古タンカーの入手は困難になる。

そうしたことを背景に、87年9

エストレーヤ ESTRELLA号

レストラン

	店　名	内　容
❶	シエロアスール	軽食・喫茶
❷	ラス・パルマス	スペイン料理
❸	プリマヴェラ	ファミリーレストラン
❹	ハポン	和風料理
❺	チィーナ	中華風料理
❻	プラサ・デル・ラーゴ	池テラス喫茶
❼	マラガ	地中海シーフード料理
❽	カタルーニャ	イタリア料理
❾	ジブラルタル	カレー料理
❿	アンダルシア	カフェテリア
⓫	マジョルカ	アイスクリーム・パーラー
⓬	バレンシア	バーガー・スタンド
⓭	サンタンデール	チキン&フランクフルト
⓮	ドノスティア	バル(海鮮スナック)
⓯	ベラーノ	軽飲食売店
⓰	ミハス	軽飲食売店
⓱	フレスカ	ドリンクコーナー
⓲	ラ・ビスタ	展望レストラン
⓳	フェリシダ	展望喫茶

ショッピング

	店　名	内　容
❶	レガロス	一般土産品
❷	ピカソ	陶器、絵画
❸	ベラスケス	写真館(記念写真撮影) カメラ関連商品
❹	カルメン	スパニッシュDCショップ (服飾・皮革製品等)
❺	イサベル	スペイン直輸入雑貨 (インテリア、アクセサリー等)
❻	ロシーナ	キャラクター商品、記念ギフト
❼	ドン・キホーテ	ファンシー商品、記念ギフト
❽	サンチョ・パンサ	アイデア商品、面白グッズ
❾	ボニータ	マリンリゾート・グッズ
❿	マゼラン	キャラクター商品、 バラエティ・グッズ
⓫	ラ・メモリア	ギフトコーナー

入園券

		おとな(中学生以上)		こども(4才〜小学生)
一　搬		1,200円		600円
団体	25人以上	1,080円		540円
	100人以上	960円		480円
	300人以上	840円		420円
学校団体		高　校	中学生	小学校以下
		600円	500円	300円

のりもの券

種　類	料　金
A　券	300円
B　券	400円
C　券	500円
D　券	600円
補助券	100円

- 4才からのりもの券が必要。
- のりもの券の払い戻しはできない。
- のりもの券は表記された券種以下ののりものにも使用できる。組み合わせての使用もできる。

セット券

ライドセット券
(のりものセット券)

料金	3,200円
セット内容	のりもの券/4,000円分 (A4枚、B3枚、C2枚、D1枚)

●有効期限は無期限、使い残しののりもの券は、次回、来園の際に使用できる。

ビッグセット券
(入園券付のりものセット券)

料金	3,700円
セット内容	入園券/1,200円分 のりもの券/3,300円分 (A3枚、B2枚、C2枚、D1枚) 計4,500円分

●入園は当日1回限り有効。使い残しののりもの券は、次回、来園の際に使用できる。

駐車場

駐車台数/乗用車1,000台・バス15台

	乗用車	バス	二輪車
駐車料金	600円	2,000円	200円

事業地●広島県呉市天応大浜3丁目

面　　積●陸上部/約5.8万m²
係留船(アミューズメントシップ)/延床約1.4万m²(全長128m、幅38m)

総事業費●約165億円

グランドオープン/1992年3月20日　春分の日

営業時間/10:00▷17:30
※春休み、ゴールデンウィーク、夏休み等の期間はナイター営業を実施

休園日/毎週水曜日
但し、下記期間中は営業
(春休み(3/20〜4/6)、ゴールデンウィーク(4/25〜5/5)
夏休み(7/19〜8/31)、9/23、12/23、1/6)
冬期休園日(2/1〜2/末)

園内諸施設

①遊戯施設/大型アミューズメントマシン×15機種
カーニバルコーナー、キディプラザ、ゲームズハウス
②飲食店舗/レストラン、ファーストフード、喫茶等×19店舗
③物販店舗/キャラクター商品、スペイン雑貨等×11店舗
④コインロッカー

ゲストサービス施設

①インフォメーションセンター
②迷子センター
③救護室
④CD機コーナー
⑤宅配便サービス
⑥団体写真撮影

▲グランドオープンに先立って行なわれた記者発表会の席上、イメージソングを歌うシンガーソングライター二木あつ子さんが紹介された。イメージソングは「青い風」。神戸ポートピアランドの一連のイメージソングと同様、作詞は阪急電鉄㈱の小林公平社長（ペンネーム＝公文健）。右はマスコットキャラクターのイルメリくん。」
なお、後方中央は㈱呉ポートピアランドの秋尾久社長。同氏は㈱神戸ポートピアランドの社長も務めたことがある。

▲ポスターなどに使用されている呉ポートピアランドのキービジュアルは著名イラストレーター武田育雄氏によるもの

▲1940年から40年間、ディズニースタジオのチーフデザイナーとして活躍したボブ・ムーア氏制作によるマスコットキャラクター「イルメリくん」。地中海をイメージするイルカと瀬戸内海に生息するスナメリクジラから生まれた空想上の動物。活発な10歳の男の子で、大の冒険好きという設定。

▲▶ゲートにつづく隣接した公園は呉市が整備したもの。

▲正画ゲート前には、パークのオープンにあわせ、3月19日、ＪＲ呉線の新駅「呉ポートピア駅」が開業。

月、呉阪急ホテルを営業している関係もあり阪急電鉄㈱（小林公平社長、本社大阪）に、呉市が協力を打診。翌88年4月に阪急電鉄の子会社㈱遊時創造が提案した基本構想案、基本計画案が市議会の承認を得、事業化に向けてスタートした。

呉ポートピアランドがつくられたのは天応埋立地。11万7000㎡のこの土地は、市が公園等の公共施設をつくることを目的に84年に埋立てを開始、88年12月に造成を完了させたもの。パークの用地は5万8000㎡で、その他、駐車場（約2万㎡）、公園（8000㎡）、公共施設（下水処理場他）となっている。なお、公園は市がパークの景観に合わせて整備した。

呉ポートピアランドは、第3セクターの㈱呉ポートピアランド（秋尾久社長）が事業主体。同社は33団体が出資して、資本金25億円で90年4月に設立された。ちなみに出費率が最も大きいのが阪急電鉄で26・2％、続いて呉市の20％。

スペインの街並、遊戯施設、海…全7ゾーン構成

▲スカイフライヤー

▲ダッジェムカー

▲日本初登場のムーンレイカー

▲ファイアボール

▲ティーカップ

▲フラメンコ

▼ウェイブスインガー

▼キャニオンラフト

▼フライングカーペット

▼コンドル

呉ポートピアランドは、写真のような7ゾーンで構成される。各ゾーンの名称はスペイン語で〝エントラーダ〟は入口、〝ファンタジア〟は幻想、〝プエルト〟は港、〝パティオ〟は中庭、〝パノラマ〟は展望、〝モンターニャ〟は山、〝アグア〟は水、の意である。

　このうち遊戯施設中心のゾーンはアグアゾーン。全15機種の大型遊戯施設のち、11機種が配されている。また、2機種の大型遊戯施設から成るモンターニャゾーンは、造型コースター及び造型急流すべりのゾーンで、修景の巨大な岩の間を両機種のコースがレイアウトされている。この岩（FRP）はドイツのベーム社製。

　スペイン色が色濃く出ているのがプエルトゾーン。カーニバルゲームや飲食、物販店などをスペインの街並で覆い、ミニスペインとも言えるエリアを作っている。そしてこのエリアから（ヤシの木が並ぶ海辺のバヌース通りを狭んで）、新造船のパノラマゾーンへと続く一体のゾーンが、呉ポートピアランドの他パークとの差別化を実現させている（ただ、船に関しては、

▲スペイン語で〝星〟を表す「エストレーヤ号」は、５万トン級の新造船。全長128ｍ、幅38ｍで地下１Ｆ、地上３Ｆ。モーションシアターをはじめ、ゲームハウス、2000人収容の多目的ホール、海洋展示ホール、展望レストラン等が入っている。

▲海に面したバヌース通り。写真右にエストレーヤ号が保留されている。

▲カジノスペースと称するメダルゲームコーナーはアダルト感覚。全21台を設置。

▲㈱ジェイ・アール・イーが受託運営する「ＺＡＲＰＡＲ」（〝出航〟の意）。面積は621㎡。内訳はゲームスペース310㎡、カジノスペース164㎡、バースペース73㎡、厨房17㎡、事務所45㎡。ゲーム機95台が設置されている。

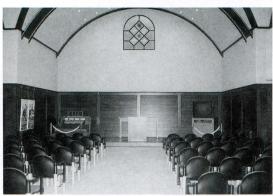
◀ゲームハウス「ＺＡＲＰＡＲ」入口。地下１階にある。

◀ロケ内にある「50S' ＢＡＲ」も㈱ジェイ・アール・イーの運営。ソフトドリンクとアルコール（バドワイザー、フィズ、バーボン）を提供している（１２０円～４５０円）。40席。

外観がシンプルすぎる、船内通路が殺風景など、意匠面の凝り方が不充分で、雰囲気が今一つ盛り上がらないのが残念だ）。

阪急電鉄では、神戸の埋立地ポートアイランドにおいて、ヤングアダルトをターゲットとしたファッショナブルパーク「神戸ポートピアランド」を経営している。呉ポートピアランドは、遊戯施設選定、イルミネーションへのこだわり、水による演出など、神戸ポートピアランドのノウハウが集大成されたパークであることが見てとれる。そしてそれに加えスペインの雰囲気。全体としては、スペインのムードの中に遊戯施設が配されているのではなく、スペインの街並があり遊戯施設エリアがあり海がありと数アイテムがドッキングした形であるため、厳密な意味でテーマパークと呼べないが、スペイン、水（海）等テーマの感じられる個性あるパークに仕上がっている。

呉ポートピアランドの総工費は１６５億円（土地は呉市の外郭団体である開発公社から借りる形であり、土地代は含まれない）。

▲コスタ・デル・ソルの街並を再現した「プエルトゾーン」には、ガレリーア館（教会風建物、写真正面）やショップ、レストラン等がズラリ。

▲ガレリーア館２Ｆには教会があり、ここで結婚式もあげられる。

▲スペイン直輸入雑貨のショップもある。

▲ガレリーア館ＩＦにあるスペイン料理のレストラン。

◀スペインの街並の中にはカーニバルコーナー（8ケ所）も。

▶キディプラザ。㈱ホープ製の小型乗物（定置、回転、レール走行式）が並ぶ。

客単価4000円
年間100万人動員を目標に

呉ポートピアランドが商圏として設定しているのは、広島を中心とした中国5県。それにプラスして愛媛、香川、福岡、関西からの集客も狙っており、瀬戸内海地域に向けTV、ラジオ、新聞、雑誌等でPRを行なっている。

交通アクセスは、パーク横を通っている広島と呉を結ぶ国道31号、広島呉道路（平成6年全線開通）、JR呉線（開園に合わせパーク前に新駅が完成）が基本。駐車場は1000台収容可能だが、繁忙時の臨時駐車場として470台のスペースを近隣に確保している。駐車料金は、次々に車を入れて時間のロスをなくすよう後払い方式。ちなみにJR利用客と車利用客の割合は半々で、予想よりJR利用客が若干多いとのこと。

呉ポートピアランドでは、客単価4000円、年間80万人の動員を見込んでいる。もっともこの動員数は収支計画上はじき出した数字で、目標として設定している年間動員数は100万人だという。

エントラーダゾーン

◀正面入園ゲート（写真左端）。横にインフォメーションセンターやコインロッカー、ショップ等のある管理棟がある。なお、陸橋でつながっているのがＪＲの新駅（写真右端）で、陸橋下の道路が広島と呉を結ぶ国道31号。

パティオゾーン

IRUMERI

© KURE PORTOPIALAND

◀パティオゾーンには、多彩なイベントを開催する野外ステージ「ダブラド」と、食事、飲み物をテイクアウトしてショーを見られるカフェテラスがある。なお、パティオとはスペイン語で中庭の意。

ファンタジアゾーン

◀入園ゲート正面の池では、メロディーにあわせて水がダンスする音楽噴水が。水は最高15mまであがり、美しい水のカーテンを作り出す。夜はライトアップされ一層ロマンチック。このショーは1日3回各15分間行なわれる。米国ワルツィングウォーター社製で阪和興業より導入。

メリーゴーランドの右に見えるのが、国際文化交流サロン。ここでは講演会、写真展、演奏会、シンポジウムなどが行なわれる予定。

ちなみに、オープンから4月5日までの17日間の動員数は、雨天続きだったことから予想より低く、約14万人。1番多くの入園者があった4月2日（木曜日）は1万6000人強。1日のキャパシティとしては、4・7万㎡の神戸ポートピアランドでゴールデンウィークに1日4万人以上を集客することから、神戸より広い呉の場合も4万人以上収容できるのではと考えられている。ただ、待ち時間等を考慮すれば3万人が適当だろうとの見解だ。ターゲットとする客層は神戸と同様ヤングアダルトが基本であり、加えて幅広い層。

呉ポートピアランドは、宝塚歌劇団、スペインの民族舞踊団の公演、あるいはポピュラーなタレントのコンサートなどイベント重視でアピールしていく方針。ロマンチックなイルミネーションで演出される夜間営業も強化、シーズンにより午後8時、もしくは9時までの時間延長が予定されている。今後、パークの拡張はないが、2年に1遊戯施設のオープンを計画。

© KURE PORTOPIALAND

▼アンダルシアレイルロード

▲スプラッシュアンダルシア

ゾーン	遊戯施設	利用料金	定員	特徴・仕様	メーカー・備考
モンターニャゾーン	アンダルシアレイルロード	600円(D券)	24名／編成	造形コースター。２人×12輌で２編成運転。レール全長1000m。最大高34.5m。最大傾斜角41.6度。最高速度87.2km/h。搬器は機関車タイプ。	三精輸送機が受注し、設計をアントンシュワルツコフ氏に依頼。独ＢＨＳ社が車輌、コースを製作、三精輸送機が施工した。岩山の修景施設は独ベーム社が製作、阪和興業が輸入、設置。
	スプラッシュアンダルシア	600円(Ｄ券)	各４名	急流すべり。丸太型搬器は21台。走路全長380m。巻き上げ高14m。	三精輸送機製。
ファンタジアゾーン	メリーゴーランド	300円(Ａ券)	96名	水上に設置された２層式メリーゴーランド。全高35m。舞台直径18m。馬96頭。	サノヤス・ヒシノ明昌製。
アグアゾーン	ジャイアントホイール	500円(Ｃ券)	192名	全高84m。スポーク式としては世界最大の観覧車。４人乗りゴンドラ×48台。	サノヤスヒシノ明昌製。
	キャニオンラフト	400円(Ｂ券)	38名	激流に揺さぶられるような動きを体験するスリルライド。	伊ソリアーニ社製。伊藤忠産機より導入。
	コンドル	400円(Ｂ券)	56名	２人乗りゴンドラ×28台。回転しながら25mの高さまで上昇。	独ジーラー社製。阪和興業より導入。
	ファイアボール	400円(Ｂ券)	48名	２人乗りゴンドラ×28台。「ヨーロッパの火の玉小僧」の名を持つアーム回転型スリルライド。	独ジーラー社製。阪和興業より導入。
	ムーンレイカー	400円(Ｂ券)	40名	回転型スリルライド。高速回転しながら76度まで傾斜する。回転部直径10m。最大高13.5m。	伊ＳＤＣ社製。阪和興業より導入。日本初登場。
	ティーカップ	300円(Ａ券)	45名	スペインのお祭りの帽子をデザインした屋根が特徴。舞台直径14.4m。全高約25m。９カップ。	屋根、乗り物を独ジーラー社、駆動部を豊永産業が製作。阪和興業が受注、導入（製造管理も行なった）。
	ダッジェムカー	300円(Ａ券)	40名	２人乗り×20台。ドライブコート面積30×12m。	伊ＳＤＣ社製。伊藤忠産機より導入。
	スカイフライヤー	300円(Ａ券)	32名	２隻の船が360度回転するスリルライド。稼働時最大高15m。	蘭ベコマ社製。阪和興業より導入。
	フライングカーペット	300円(Ａ券)	40名	最大高12m。	独ジーラー社製。阪和興業より導入。
	ウェイブスインガー	300円(Ａ券)	48名	稼働時最大高12.7m。ブランコ48台。	独ジーラー社製。阪和興業より導入。
	フラメンコ	300円(Ａ券)	50名	スペイン農夫の帽子を象った搬器が回転しながら上昇するオクトパス型施設。10人乗り搬器×５台。	伊ソリアーニ社製。伊藤忠産機より導入。
プエルトゾーン	カーニバルコーナー	100～200円(現金)	——	スペインの街並の中に８機種を設置。	阪和興業が設置。受託運営。
	キディプラザ	100～200円(現金)	——	小型乗物12台のコーナー。	ホープ製。阪和興業が設置し、受託運営。
パノラマゾーン	モーションシアター「ビッグワンダー」	500円(Ｃ券)	120名	「エストレーヤ号」内に設置される劇場型映像シミュレーション施設。ソフトは「アルファⅠカウボーイ」	米オムニフィルムズ社製。阪和興業より導入。
	ゲームズハウス「ＺＡＲＰＥＲ」	100～300円(現金)	——	「エストレーヤ号」船内にゲーム機95台を設置。	ジェイ・アール・イーが受託運営。

※所要時間はジャイアントホイールが14分、モーションシアター、スプラッシュアンダルシアが約５分、その他が２～３分。

速報
セガ・エンタープライゼスの家庭用テレビゲーム機「ジェネシス」に特許侵害の陪審員評決

■■ セガ、ロス地裁の判決を待ち、控訴へ ■■

㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）と米国の発明家ジャン・コイル氏との間で争っていた特許侵害訴訟の件で、米国・ロサンゼルス連邦地裁の陪審は、4月10日（現地時間）、セガ・エンタープライゼスに対し、特許権侵害と損害賠償3300万ドル（43億円強）の支払いを命じる評決を下した。これに対しセガ・エンタープライゼスでは、4月下旬〜5月上旬に予定されている判決を待ち、米連邦高裁に控訴する構えである。

コイル氏の持つ特許は、75年に取得（米国特許3900886）したもので、低周波音声信号を使ってテレビ画面に映し出した画像に影響を与え、画像を変化させるという技術。概念としてはかなり幅広い技術である。同氏は、セガのビデオゲームに関するシステム（業務用及び家庭用）が特許を侵害しているとして90年5月8日にセガ・エンタープライゼス、米国セガ社〈セガ・エンタープライゼス,インク.（U.S.A.）〉、セガ・オブ・アメリカ,インク．の3社を提訴した。訴訟を起こした後、同氏は和解を申し入れたが、

セガでは、根拠のない訴えとして和解せず、係争していた。ちなみに任天堂と米国アタリ社は同じ特許問題で和解に応じている。

今回の評決は家庭用テレビゲーム機「ジェネシス（メガドライブ）」に関するもので、業務用に関しては今年3月、専用モニターへの信号の出し方が違うとしてコイル氏側が訴えを取り下げている。

評決の損害賠償額3300万ドルの内訳は、陪審によると、特許侵害が1200ドル、違法使用の利益に対する損害賠償額が2100万ドルとなっており、実際の判決では、ペナルティーを含めて3倍に膨れあがるという予測もある。また、コイル氏側では「ジェネシス」の米国での販売差し止め請求も検討している、と一部の新聞で報道された。

セガ・エンタープライゼスによると、「ジェネシス（メガドライブ）」の機構は、コイル氏の主張する低周波音声信号とは異なり、音声部分と画像部分は全く独立、さらに画像部分は高周波のデジタルパルス信号を使用しているとしている。また、同氏の特許は、今年8月19日で有効期限が切れることから、判決後、米国への輸出差し止めなどの事態が起こってもユーザーへの影響は少ないとみている。

●　●　●

尚、このコイル特許問題に取り組むセガ社が、昨年11月10日に放送されたNHK総合「ねらわれる日本企業・アメリカ特許戦略」の中で紹介されていた。同番組中、同社は、技術的な面での特許侵害の事実はないとした上で、係争の不安材料として以下の4つの点を挙げていた。「米国の特許に関する考え方は日本と違い、技術的な仕組みが違っても基本となるアイデアが同じであれば特許侵害と見なされることが多い」「米国における裁判である」「個人対企業の争いである」「陪審員制度が取られている」点である。和解に応じた任天堂も同番組で紹介され、同社では、セガ社と同様技術的には何ら問題はないものの、陪審員制度等不利な点が多いとして和解に応じた、としている。

KENWOOD
電波を握ると、
ビジネスが見える。
ケンウッド営業用無線機
ビジネスの成功を握るカギ。
それは迅速で的確な情報伝達です。
業務連絡・情報交換でのロスを防ぎ、
営業効率を大きくアップする
ケンウッドの営業用無線機。
手にすると、ビジネスが見えてきます。
簡易無線電話装置
人と人を価値ある情報でネットワーク。
スモール&タフなハンディータイプ。
携帯に便利な超コンパクトサイズ。過酷な条件や使用に耐える高い堅牢性と防滴性能。さらに便利な付加機能を備えた高性能シリーズです。
150MHz帯簡易無線電話機
TK-240ACT
〈出力1W〉(ATIS対応)
400MHz帯簡易無線電話機
TK-340ACT
〈出力1W〉(ATIS対応)
営業車がビジネスの最前線基地となる。
コンパクトサイズの車載タイプ。
取り付けが容易なコンパクトサイズながら、車載用として十分な強度を実現。高周波数安定度、明瞭音質など高い通信クオリティーを誇る、基地局用にも適したシリーズです。
150MHz帯簡易無線電話装置
TK-705ACT
〈出力5W〉(ATIS対応)
400MHz帯簡易無線電話装置
TK-805ACT
〈出力5W〉(ATIS対応)
特定小電力トランシーバー
手軽さと実用性を両立した多機能機。
近距離通信用トランシーバー。
免許不要
資格不要
郵政省技術基準
適合品
CTCSS内蔵
特定小電力トランシーバー
UBZ-17
話題の特定小電力トランシーバーに多彩な呼び出し機能を追加。あらゆるビジネスシーンに活躍する優れたフットワークとデザインが魅力です。

この夏一番、人気いっぱい！注目される新製品です。

いつまでも高人気！ユウビス・オリジナル製品

明日を見つめ、より豊かなくらしを……

（旧社名　株式会社カワクス）

本　　社／東大阪市川俣3丁目1番35号 〒577 ☎(06)787－1881 FAX 06(787)1952
東京営業所／東京都台東区東上野1-24-4 〒110 ☎(03)3837－3884 FAX 03(3837)3887
福岡営業所／福岡市中央区大名2-3-2 〒810 ☎(092)713－1083 FAX 072(713)1083

新ソフトでいつも新鮮。NEO・GEOの評価高まる。

（ソフト4本搭載型）

ネオジオ**MVS-U4**

●25インチフラットモニター●幅620㎜×奥行790㎜×高さ1,266㎜

（SC向け4本用）

ネオジオ**SC25 型-4**

●25インチフラットモニター●幅600㎜×奥行706㎜×高さ1,414㎜（専用オプション台160㎜）

（SC向け4本用）

ネオジオ**SC19 型-4**

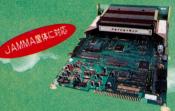
●19インチモニター●幅420㎜×奥行555㎜×高さ1,224㎜

（SC向け2本用）

ネオジオ**SC14 型-2**

●14インチモニター●幅510㎜×奥行595㎜×高さ1,282㎜

JAMMA筐体に対応

1本用「NEO・GEO ハードキット」

●各社筐体用コンパネ付属（クレジットＬＥＤ付）●基板寸法＝幅290㎜×奥行380㎜×高さ94㎜

超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

実用新案出願中「NEO・GEO」「MVS」は、SNKの登録商標です。

新発売のNEO・GEOソフト

選択

巨大格闘アクション

KING OF THE MONSTERS2

キング オブ ザ モンスターズ２

待望

史上最強の忍者軍団、参上！

ニンジャ・コマンドー

©アルファ電子㈱

開発元/アルファ電子㈱　発売元/㈱エス・エヌ・ケイ

熱血

選手パワーアップ、助っ人外人加入

ベースボールスターズ２

左記以外の発売中ソフト

- ナム－1975
- ベースボールスターズ プロフェッショナル
- 麻雀狂列伝
- トッププレイヤーズゴルフ
- マジシャンロード
- ライディングヒーロ（通信機能付）
- ニンジャコンバット
- ザ・スーパースパイ
- サイバーリップ
- ジョイジョイキッド
- リーグボウリング（通信機能付）
- ラギ
- みなさんのおかげさまです（麻雀）
- ゴーストパイロット
- 戦国伝承
- キング オブ ザ モンスター
- ＡＳＯⅡラストガーディアン
- バーニングファイト
- クイズ大捜線
- あしたのジョー伝説
- 2020 スーパーベースボール
- クロスソード
- エイトマン
- スラッシュラリー
- ロボアーミー
- 餓狼伝説
- サッカーブロール
- フットボールフレンジー
- クイズ迷探偵 ネオ＆ジオ
- ミューテイション・ネイション

明日を見つめ、より豊かなくらしを……

株式会社ユウビス
（旧社名　株式会社カワクス）

本　　社　東大阪市川俣3丁目1番35号 〒577 ☎(06)787－1881 FAX 06(787)1952
東京営業所　東京都台東区東上野1-24-4 〒110 ☎(03)3837－3884 FAX03(3837)3887
福岡営業所　福岡市中央区大名2-3-2 〒810 ☎(092)713－1083 FAX072(713)1083

大型アーケード

▲4P用画面　▲2P用画面

コナミ㈱

㈱ナムコ

アイレム㈱

㈱セガ・エンタープライゼス

㈱ナムコ

メディア商事株式会社
〒578 東大阪市今米2番2号
TEL.0729-64-0717㈹ FAX.0729-64-2059

信頼を製(かたち)品でお届けします。

PCBボード

㈱カプコン

今月のお薦め！売れ線景品はコレ!!

WGP−win

細部までリアル仕上げ
「質」の時代に即応

5種、100個セット
㈱アミューズ

F−1 Win

今、何てったって
人気のエフワン

5種、100個セット
㈱アミューズ

猫ね！子ネコ

女性に大評判
ロケにこだまする「カワイー♥」の声

●5種100個入 16cm
㈱アミューズ

平成 天才バカボン

コレでいいのだ 人気キャラ

100個セット ©F. K. P
㈱アミューズ

UFO CIRCUS LAND

ユーフォー・サーカスランド

小さい子にも大人気
オマケ景品払出す
省スペースUFO

オマケカプセル機能付き

●幅880mm×奥行860mm×高さ1,910mm
㈱セガ・エンタープライゼス

確かな情報、確かな技術、確かな販売

●幅850mm×奥行1,140mm×高さ1,600mm
㈱タイトー

●幅1,080mm×奥行1,935～2,435mm（3段階調整）
×高さ2,213mm（ディスプレー含む）
㈱カプコン

●本体上下分割可能
●幅1,800mm×奥行1,800mm×高さ1,700mm
岐阜特機㈱

㈱カプコン

●3人同時参加可能
●システム18対応
㈱セガ・エンタープライゼス

コナミ㈱
©1992 KONAMI All rights reserved.

ウルトラマン 3　©円谷プロ

ウルトラ怪獣セット　©円谷プロ

アルプスの少女ハイジ　©ZUIYO

本社　〒559 大阪市住之江区北　賀屋5-8-57（ユニバースビル）
TEL (06)682－3444代 FAX (06)681－9770
豊橋(営) 〒440 愛知県豊橋市小松町200-1（小松ビル）
TEL (0532)46－6103 FAX (0532)48－6155

2年間の沈黙を破り、今再び……

ACTION R.P.G.

DARK SEAL II

ダークシールII ™

2人同時プレイ
途中参加可能

SELECT YOUR CHARACTER
TIME-18
CREDIT 5

伝説の"光の騎士"たちよ！
新たなる闘いに旅立て!!

あれから2年、
数多くのプレイヤーの話題を独占した
アクションR.P.G.の名作が、
大幅にパワーアップして、再び登場！
個性豊かな戦士(キャラクター)たち、
変化に富んだ魔法(マジック)！
強大な魔物たちとの闘いにむけて、
今再び、新たなる冒険の旅がはじまる!!

本　社：〒167 東京都杉並区荻窪5-11-17 ☎03-3220-8000(代)
事業本部：〒167 東京都杉並区南荻窪4-41-10 ☎03-5370-0708
サービスセンター：〒261 千葉市美浜区新港219-6 ☎(043)247-0621
大阪営業所：〒550 大阪市西区京町堀2-14-22兼吉ビル ☎(06) 448-8601
福岡営業所：〒812 福岡市博多区博多駅東3-1-4 タカ福岡ビル3F ☎(092)474-0120
DATA EAST USA, INC.：1850 Little Orchard Street San Jose, California 95125, U.S.A.

ベンチャースピリットが遊びの世界をひろげます……ダイショー

大評判「天画」に待望のアップライト、新登場。

立ちプレイで賑わい演出！４人プレイのソフトにも対応する省スペース型の50インチ筐体です。

50インチのアップライト

立天画 4/2

たち てん が

TACHI-TENGA 4/2

4人プレイ

最近多くなっている４人プレイの基板にも対応。しかも専用コンパネは円形のためプレイ角度は自由に調整できます。

人工大理石

天板は豪華な人工大理石製で、美しさをいつまでも保ちます。

鮮明画像

プロジェクターとは思えない鮮やかな画像のため入口近くの明るい場所にも設置できます。

高インカム

同じ基板でも同じプレイ料金でも2倍、3倍の高インカムが期待できます。

サイズ＝〈モニター部〉幅1,140mm×奥行620mm×高さ1,710mm〈操作部〉幅1,000mm×奥行640mm×高さ1,020mm／最小全長1,760mm／〒95-3923

●実用新案・意匠登録出願中

座ってゆったり大画面

天画

TENGA

並べて置けばさらに高インカム

●実用新案・意匠登録申請中
サイズ＝〈モニター部〉幅1,140mm×奥行620mm×高さ1,560mm〈操作部〉幅860mm×奥行1,600mm×高さ1,550mm／最小全長2,330mm／〒95-3923

超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

「NEO・GEO」4本用
専用ハード組込みタイプ、発売中！
（専用コンパネ付）

実用新案出願中「NEO・GEO」「MVS」は、SNKの登録商標です。

●代理店

ダイショー商会

TEL0720(70)3892 FAX0720(70)3894
〒570 大阪府大東市新田本町13－12

CAPCOM

運命という名のもと、彼らは闘い続ける。
その瞳に映るのは、栄光か敗北か…。

CHAMPION EDITION

株式会社カプコン®

本社事務所 〒540 大阪市中央区常盤町2丁目1番12号 TEL(06) 946-6622代 FAX(06) 946-2077
大阪本社営業 〒540 大阪市中央区釣鐘町2丁目2番8号 TEL(06) 946-3091代 FAX(06) 946-3101
東京支店 〒163 東京都新宿区西新宿2丁目6番1号(新宿住友ビル43階) TEL(03)3340-0700代 FAX(03)3340-070

KONAMI
Astérix
アステリクス
©1992 LES EDITIONS ALBERT RENÉ/GOSCINNY-UDERZO
時代を越えたスーパーヒーロー
“アステリクス”と“オベリクス”
が繰り広げる、
痛快娯楽アクションゲーム。
さあ、冒険の
旅にでよう。
THE VIDEO GAME
●2人同時プレイ対応
●途中参加可能
●コンティニューあり
©1992 KONAMI All rights reserved.
コナミ株式会社
東京本社/〒101 東京都千代田区神田神保町3-25 TEL.03(3264)5678
大阪支店/〒530 大阪市北区梅田1-11-4 TEL.06(456)4567
札幌営業所/〒060 札幌市中央区北一条西5-2-9 TEL.011(232)3778
東京サービスセンター/〒101 東京都千代田区神田神保町3-25 TEL.03(3264)5678
大阪サービスセンター/〒561 大阪府豊中市庄内栄町4-23-18 TEL.06(334)0335
福岡営業所/〒810 福岡市中央区天神2-8-30 TEL.092(715)2367

ハイパワーのミラクルホーキで
魔物たちの大掃除！
魔法警備隊
ガンホーキ
TM
近日登場予定
©1992 IREM CORP.
あの"大工の源さん"チームが満を持して送る、
かわいらしさ最高潮のマジカルシューティング!!
機能満載のミラクルホーキは簡単操作で
多彩な攻撃が可能!!
2人同時プレイで、途中参加もOK!!
好評発売中
恋の行方はおもいのままに！
PTLシリーズ第12弾
守護星占星術＋血液型、心理テストで運勢、恋愛を占い、占いが成就するためのアドバイスとして"おまじない"も入っています。
女の子なら、誰もが知りたい恋の悩みをあの占い情報誌「マイバースデイ」などで大変人気のマドモアゼル・愛先生のご協力により制作しました。
© IREM CORP.
協力：㈱星と森
占い&おまじない
ラッキー・チャーム
LUCKY・CHARM
TM
Innovations in Recreational Electronic Media
生活者の夢と技術のコミュニケーションを追求します。
irem
IREM CORPORATION
アイレム株式会社
本　社　(〒550)大阪市西区西本町1-11-9岡本興産ビル　☎(06) 535-1060(代表
東京販売所　(〒106)東京都港区南麻布3-19-23オーク南麻布ビル　☎(03)3442-3081(代表
OKAMOTOKOSAN BLDG., 11-9 NISHIHOMMACHI 1-CHOME, NISHI-KU, OSAKA 550, JAPA
☎(06)535-4885 FAX:(06)535-1710 TELEX:J63074 IREM

SNK

NEW

熱血させる機能と演出！
パワフル・ベースタ第2弾。

BASEBALL STARS 2™

ベースボールスターズ2

●さらに充実の操作性と豊富な演出画面、エキサイティング野球ゲームの決定版●初心者もおもわず白熱！オート守備モード選択可能●選手のパワーアップ、助っ人外人の加入などうれしいハプニングも続出●1ゲーム後のスペシャル選手獲得でさらに熱中度抜群。2P対戦プレイ可能

NEW

待望の横スクロール
シューティング堂々発進！

LAST RESORT™

●高次元グラフィックで迫る本格シューティング●超兵器：フォース（護衛球）は回転、固定に加えて、飛ばし攻撃も自由自在●多彩なショット攻撃もそれぞれパワーアップ。2P同時プレイ　途中参加可能

SNK
株式会社 エス・エヌ・ケイ　大阪本社　〒564 大阪府吹田市豊津町18-8　TEL.06(338)7007　FAX.06(338)8986
東京支店　〒101 東京都千代田区神田和泉町1-3-4 青木ビル2F　TEL.03(3864)8222　FAX.03(3865)9437
SNK CORPORATION 18-8 TOYOTSU-CHO, SUITA-SHI, OSAKA, 564, JAPAN. PHONE:06(338)7007 FAX:06(338)8986 TELEX:523 6785 SNKCOJ.

巨大格闘アクション

KING OF THE MONSTERS2

キング・オブ・ザ・モンスターズ2

巨大な怒り、再び、出現！

●モンスターならではの攻撃ワザ満載の超過激アクションが、大容量グラフィック&サウンドで出現●個性豊かな3タイプのモンスター選択可能●迫力満点の特殊攻撃は回数制限なし、パワーアップ可能●超リアルな都市、砂漠、深海での格闘、ボーナスステージなど多彩なゲーム展開。

ネオジオゲーム 第34弾

●2人協力プレイ・途中参加可能
●2人対戦プレイ可能

▲3タイプからの選択可能

▲多彩なボーナスステージ

▲都市を海をひたすら進め

ぶっ壊せ、ぶちのめせ！▼

過激な特殊攻撃技の数々▼

ビルや戦車も武器となる▼

NEO GEO™

超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

続々登場、ネオジオソフト！

実用新案出願中「NEO GEO」「MVS」はSNKの登録商標です。

NEW BEST LINE-UP

大好評！新ネオジオワールド

大好評ネオジオSCシリーズに大型画面が新登場！クレーン機もさらに充実の高収益ラインナップです。

SC14型-2

SC19型-4

SC25型-4

SCロケに新戦力！

—25″大画面、ソフト4本搭載型—

SC25型−4

SC 25型−4●外形寸法(mm)：幅600×奥行き706×高さ1414(専用オプション台使用時：＋160)

小型で軽量、大好評活躍中！

19″モニター、ソフト4本搭載型

SC19型−4

SC14型−2●外形寸法(mm)：幅420×奥行き555×高さ1,224(専用オプション台使用時：＋160)
●使用ユニット:NEO-MVH MV20

14″モニター、ソフト2本搭載型

SC14型−2

SC19型−4●外形寸法(mm)：幅510×奥行き595×高さ1,282(専用オプション台使用時：＋160)
●使用ユニット:NEO-MVH MV4

とびきり"ネオ"な機能満載！

NEOCARNIVAL™

ネオ・カーニバル

ネオ・カーニバル●外形寸法(mm)：幅1,650×奥行き905×高さ1,907

近日登場

SCロケに新展開！

—1人用小型クレーン機—

ネオ・カーニバルミニ

ネオ・カーニバルミニ●外形寸法(mm)：幅900×奥行き880×高さ1880

新開発
"プライズセンサー"
搭載！

MVS1スロ搭載可能。
JAMMA対応筐体。

NEW キャンディ25

NEW CANDY25●外形寸法(mm)幅620×奥行き790×高さ1,486
●使用ユニット JAMMA規格対応（横画面専用）

25″フラットモニター、
ソフト2本搭載型。

MVS-U2

MVS-U2●外形寸法(mm)：幅620×奥行き790×高さ1,266●使用ユニット:NEO-MVH MV20

25″フラットモニター、
ソフト4本搭載型。

MVS-U4

MVS-U4●外形寸法(mm)：幅620×奥行き790×高さ1,266●使用ユニット:NEO-MVH MV4

超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

Carnival Target

お客のハートを狙い撃ち。
人気のシューティングマシンで売上アップ!!

シューティングマシーンは、他の景品ゲームの中でも群を抜く人気。その秘密は、やはり銃で景品を打ち落とす“迫力”と“スリル”にあるようです。「Carnival Target」は、コルク弾を採用。従来のBB弾と違って何度でも使い回しができるほか、なんといってもスピーディなシューティングが楽しんで頂けます。しかも、標的は左右ラインで流れていくのではなく、上下に回転させたプレイヤー専用ターゲットタイプ。面白さもさらに増加。話題の「Carnival Target」なら、お客様のハートを狙い打ちできます。

★4人同時にシューティングOK!! だから効率的。
★標的を上下に回転させるプレイヤー専用ターゲット採用。
★誰でも楽しめる軽い銃。女性、お子様も気軽にプレイ。

■仕様
・全巾 2m05cm
・奥行 3m30cm
・全高 2m60cm
・消費電力 1000W
・重　量 370kg

MEDAL DIMENSION

BY SIGMA MEDAL BROS. & R. P.

ベスト・フィット、グッド・チョイス。

最近アミューズメントスペースの内装もいろいろ登場しています。そこにマッチするデザインというのもマシン選びの重要なポイント。シグマのダービーシリーズなら、デザインで選べるのはもちろん、機能でも、サイズでも価格でも選べる〝ダービーのシグマ〟ならではのスーパーバリエーションです。どんなスペースでも、ベスト・フィット/グッド・チョイス/ここはひとつ、シグマのダービーシリーズで超繁盛店へSTEP-UP。

繁盛店の新しい法則

DIMENSION SPOT

すでに業界の新しい伝説になりつつある強力コアマシン〝クリスタル・ダービー〟(参考品)

今やアミューズメントスペースの定番コアマシンとして定着しているシグマ・ダービーシリーズ。その人気の秘密といえば、機能、サイズ、価格、デザインなどの多彩なバリエーションと実況放送などアミューズメントを知り尽くした独自の環境づくり。マシン単体の魅力だけでなく、空間全体や周辺マシンとのフィッティングを考えた完成度は、やはり〝ダービーのシグマ〟ならではです。もちろん今年も新しいエンターテインメント感覚をたくさん盛り込んだニュータイプが続々と登場する予定。マシンとスペースとサービスの融合——MEDAL DIMENSIONを提案するシグマに超期待ですね。

sigma

遊びごころで、ソフト&ハード

株式会社シグマ 本社 〒150 東京都渋谷区渋谷1-17-1 美竹野村ビル TEL.03-3486-2841 FAX.03-3486-2849
販売本部 〒151 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-14-4 SKビル千駄ヶ谷 TEL.03-3796-0601 FAX.03-3796-0610
販売本部大阪営業所 〒532 大阪市淀川区西中島3-12-15 第5新大阪ビル TEL.06-302-2239 FAX.06-302-1332

月刊「アミューズメント産業」年間購読申込み書

（年間購読料9,800円〈消費税込み〉、送料込み、送金手数料は除く）

●月刊「アミューズメント産業」の年間購読を申し込みます。

項目	記入欄
御社名	
御代表者名	御担当者名　　　　㊞
御住所	（本社住所）　TEL （雑誌郵送先）　TEL
御購読期日	平成　年　月〜平成　年　月まで（12回）
お支払い方法（○をつけて下さい。）	①年間購読料を富士銀行青山支店　当座No.11528に振込む。 ②年間購読料を書留で送る。

●お問合せは、東京都渋谷区円山町19番12号山本ビル3F、TEL03(5489)4581㈹
㈱アミューズメント産業出版までご連絡ください。

（キリトリ線）

特集

7年でテーマパークから街へ――

「ハウステンボス」

テーマパークの手法を取り入れた、

新しい形態のテーマタウン

初期投資は7年で回収?

◀所在地は
佐世保市ハウステンボス町

施設の性質は違うけれど、ディズニーランドをつくった点でのウォルト・ディズニーに、匹敵する人物が現れたかも知れない。そう思わせるのが、長崎オランダ村㈱の神近義邦社長。ハウステンボスをつくった人物である。

3月25日に始動したハウステンボスは、これまでに類を見ない施設。テーマパーク、博物館、リゾート……、ハウステンボスを形容する言葉はいろいろあるものの、しかし、どれもハウステンボスそのものを的確に表した言葉でない。

長崎オランダ村をステップに開発されたハウステンボスは、オランダがテーマ。だが、自然をそのまま活かしてパーク作りがなされた長崎オランダ村に対し、ハウステンボスは、かつて工業用地として造成された土地を水と緑あふれた土地に蘇らせることからスタートした。3期に分け計5400億円が投じられる予定のこのビッグプロジェクトは今世紀中の完成が目指されており、そのキャッチフレーズは〝千年の時を刻む街〟。1000年続く街にしたいという思いからつけられたコピーだ。

1期が完成した現段階においては、〝街〟と言い切るには些か疑問がある。実際、神近社長も、プレスプレビューの懇親パーティーの挨拶の中で「これが完璧な街だとは思っていない。まだ欠陥だらけの生まれたばかりの赤ん坊」だと語っている。ただ、テーマパークの手法を用いているけれど既存のどのカテゴリーにも入らないハウステンボスは、自然と人間との調和を図った呼吸する土地をベースに、今後、少しずつ本物の街に近づいていく、それは間違いない。そして「投資を回収した後は、ハウステンボスを無料で開放する」と神近社長。

ちなみに第1期の総投資額は2200億円。これはTDLがオープンして5年間の総投資額にほぼ等しい。「ハウステンボスの計画を発表したのは5年前。余暇産業に追い風が吹いていた頃。今もしこの計画を出していたら、規模は縮小されていただろうし、延期になっていたかも知れない。時の運に恵まれたかな、と思っている」。それでも、第1期分の投資回収はわずか7年でと、大胆な設定だ。初年度動員目標は420万人。

ウォルト・ディズニーは「ディズニーランドには完成がない」と言った。常に新しいものを投入し続けるという意味だ。1000年に向け1歩を踏み出したハウステンボスは、これから5年、10年と時を刻むにつれ、新しさというより街としての広がりと深みを持っていくであろう。その中で垣間見れるのは、テーマパーク的要素の充実であったり、快適空間の提案であったり……。ディズニー氏が完璧な非日常空間とアメリカの大衆文化を作り上げた人物なら、神近氏は人々が忘れかけている本来の自然環境、即ち安らぎのある日常空間から成る〝テーマタウン〟を作り、その精神を広めていこうと試みている人物、と言ってさしつかえなかろう。両氏に共通しているのは、自分の夢の実現のために、常識外れの金を集めて新形態の施設を世に出したことである。

とにかく、ハウステンボスについては文字通り、百聞は一見に然ず。見なければその良さは表現できないが、以下施設の概要と採算性にスポットをあて、紹介する。

観光農園、バイオパーク、長崎オランダ村を経て開業

ハウステンボス開業の経緯とエコロジーへの配慮

昭和48年、地元の農業高校を卒業した神近社長をはじめとする20人程のグループが、観光農園事業（グリーンメイク）に着手（50年農業法人化）、それをリニューアルして、神近社長が最初に手がけたレジャー施設「長崎バイオパーク」が55年、オープンした。現在、長崎のレジャー施設として底着している同パークは、人間、動物、植物が自然の法則に従ってバランスよく共存していることを教えようというもの。当時、第一次土地ブームによる中央の資本の土地買い占めの動きもあり、「生まれ育った自然環境を残しながら定住できる文化的な施設を作りたい」との真摯な思いがつくらせた施設だ。農業に携っていただけに、自然と人間との共存の大切さ、そこからいかに大きな安らぎが生まれるかを痛切に感じとっていたのである。

しかし神近社長は、ヨーロッパに行った折、400年に及ぶオランダの国づくりを知る。「それは、これまで考えていたグリーンメイクやバイオパークとは桁違い。自然と共存するために血みどろの戦いを繰り返してきたオランダ人。その英知に大きな尊敬の念を抱いた」。

オランダの国づくりをベースに何かできないか――。こうしてスタートしたのが長崎オランダ村だ。

「最初からハウステンボスの構想を持っていた」が、金銭的にも到底それは不可能だったのである。

事実、長崎オランダ村もオランダ風の風車を1つだけ作り、まさに国道に面したドライブインというところから出発している。「土地も資金もなかった」からだ。その後、施設は、自然と共存した地域開発、オランダへのこだわりを背景に、年々規模を拡張。長崎オランダ村は、年間200万人（昨年度）の入村者を迎えるテーマパークへと成長した。

ハウステンボスの土地を購入したのは62年のこと。この前年、県知事から神近社長に、造成しながら売れ残っていた工業団地を長崎オランダ村の駐車場にしてはどうかと、話がもちかけられたのだ。

土地購入後、基本計画を策定、63年3月に事業主体となる第3セクター、ハウステンボス㈱が設立され（昨年7月に長崎オランダ村㈱が吸収合併）、環境整備土木工事着工、平成2年に建築工事着工。

一方、昨年には佐世保市議会において、工業団地の江上、指方町という旧地名をハウステンボス町に、という提案が、全会一致で承認された。

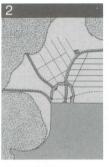
ところで、埋め立てによる工業団地として造成されながらオイルショックによって活用されなかったこの土地は、当然のことながら荒れ果てた〝死んだ土地〟だった。冒頭触れたように、ハウステンボスは、この土地に自然環境を蘇らせることから始まっている。

具体的にはこうだ。まず、酸素を含んだ土に戻すよう堀削、その後に植栽に適した山土を1・5mの高さまで盛る。加えて、堆肥を混入する、土地の下に縦横にパイプを巡らせた排水施設を採用するなどし、そこに緻密な調査・研究に基いた植栽計画で緑地や林を再生。護岸に関しては生態系を保護するためコンクリートで固めず、砕石と土で構成して自然の水際を再現。また、施設内に発生した汚水も飲めるまでに浄化し、更にそれを樹木用の散水等に利用することで、大村湾に一切排水しないシステムにしている。

資金的には、更地を作りそこに建物を建て造園を施すのが一番低コスト。ハウステンボスは、それとは全く逆のことを行なったわけだ。

だが、狙い通り徐々に自然は根付き始めている。運河や湖では水鳥たちや白鳥、オシドリが泳ぎ、運河沿いの石には藻が発生、水際には魚が群れているといった具合だ。そして、こうした闖入者は日に日に増えているという。

なお、長崎オランダ村はハウステンボス開業に伴いクローズ。宿泊施設として建物内部をリニューアルし、来年「長崎オランダ村ウィレムスタッド地区」として新たにオープンする。

12世紀——
川の河口に漁村が生まれ、上流には石造りの家が建ちはじめる。やがて、川に沿って道ができ、農業も開始される。

12〜14世紀——
漁村には、内港と外港ができ魚市場もつくられる。街の中心地には教会と市役所が建てられる。郊外の低地は干拓され、森や牧草地帯として整備される。さらに、外敵から街を守るため、城壁やゲートがつくられる。

14〜17世紀——
街は発展を続け、古い城壁の外側に新しい城壁がつくられる。17世紀の黄金時代には港はさらに拡大され東インド会社の倉庫群や大型市場などが次々に建てられる。さらに市街地には貴族の館や新しい教会などが建てられる。そして女王陛下のハウステンボス宮殿が建てられたのもこの頃。

19世紀——
工業が発達し、運河が張りめぐらされ、港はさらに大型化する。街には駅ができ、鉄道が走る。城壁はその役割を終え、その外側にも民家ができる。ハウステンボス宮殿も拡張される。

20世紀——
郊外の環境も整えられ、別荘地もつくられる。旧市街地、マリーナ、ドック、浜辺、駐車場などが整備され、快適な住空間がかたちづくられる。
まさに、何もない土地に樹を植え、運河をめぐらし、花を育て、快適な住空間が創造される。自然を破壊することなく、自然と調和した新しい街をつくる〈ハウステンボス〉の誕生だ。

▲完全復元した帆船「デ・リーフデ号」

Ⓐ−アミュズメント施設
Ⓜ−ミュージアム施設
Ⓢ−ショッピング施設
Ⓡ−レストラン施設

運河で区切られた10のゾーン

●施設の概要●

大村湾を臨むハウステンボス(長崎県佐世保市)は、同湾を挟んで長崎オランダ村の対岸という立地。開発総面積は長崎オランダ村の約12・7倍、152万㎡。駐車場等の付帯施設面積を除いた施設内面積は120万㎡となっている。

施設内には、幅20m(平均)、深さ5mの全長6000mにも及ぶ運河が張り巡らされており、これが縦横に敷地を区切り、図のようなゾーンをつくっている。そしてそこに、延床面積17・6万㎡ものオランダの建物が並ぶ。ちなみに全ての建物にはモデルとなる建物があるとのことだ。

各ゾーンの名称は、いずれもオランダにちなんだもの。これらのゾーンは同じ年代という設定でなく、12世紀——川の河口に漁村が生まれ、12〜14世紀——郊外の低地は干拓され…といったようなストーリーに基き(上イラスト)、各ゾーンごとに異なる時代があては

設計・管理／日本設計
施　工／清水建設、
日本国土開発、
鹿島建設、
大成建設、
三井不動産建設
協　力／オランダ政府

められている。オランダの街に歴史があるように、施設全体に歴史という1つの物語を流そうという発想だ。従って、建ち並ぶ建物も、位置するゾーンの時代に沿ったものとなっている。

ハウステンボスの構成要素は、アミューズメント施設11、ミュージアム施設12、ショッピング施設61、レストラン施設53、住宅250戸（今秋迄）、4ホテル全646室、マリーナ173隻、プライベートハーバー157隻。この他、広大な敷地をまわるアクセス手段として、カナルクルーザー、クラシックバス、クラシックタクシーが走る。また、約1000人までの立食パーティーが可能な大ホール、会議室、公共施設として警察、消防・救急（私設で行政の警察署、消防署とは異なる）、メディカルセンターなどもある。

以下、主だった構成要素について解説を加える。

▲ハウステンボスのほぼ中央にそびえ建つシンボルタワー「ドムトールン」。ユトレヒトにあるドム教会付属の塔をそのまま再現している。

アミューズメント施設

名　称	料金	内　　容	評　価	備　　考	ゾーン
オランダ商館	無料	●ミュージカルアニメーション「一万三千里・出島物語」…女性の入国を禁止されたことで、妻と永遠に別れることになったオランダ商館長ブロンホフが主人公。上映時間11分。178席。 ●肖像画…日蘭交流に足跡を残した10人の肖像画を、解説とともにホワイエに展示。	——	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…小沢爽（ＮＨＫエンタープライズ）	ブルーケルン
ミステリアス・エッシャー	3スター	●エッシャーの世界を３次元で体感…天井と床が逆さになったり左右前後が同時にありえない位置に存在する空間の体験、上から見下ろす世界と下から見上げる世界を同時に視角体験するなど。 ●３Ｄシアター「永遠の滝の伝説」…不思議なものが棲む「エッシャーの森」のなかの冒険物語。特撮、ハイビジョンといったハイテクを駆使した３Ｄ映像（70ミリ）。上映時間11分。254席。 ※マウリッツ・コーネル・エッシャー（1898～1972）：今世紀のオランダを代表する鬼才の版画家。ハウステンボスでは版権を取得済。	新奇性 ★☆ 娯楽性 ★★ 文化性 ★★	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…辻篤男、丸山建一郎（総合ビジョン）	ニュースタッド
天星ホール	500円 1,000円 1,500円 （現金）	星占いの殿堂。オランダ村の天体運命館をベースにそれを更にグレードアップさせたハイテク占星術。ホールは直径12ｍの８角形でその約４分の１の大きさで星占いのコンピュータルームがある。占い結果はデータをインプットした15秒後にＡ４判の用紙にプリントアウトされ、来場者に手渡される。	新奇性 ★ 娯楽性 ★ 文化性 ★	施設プロデューサー…花岡武矢（ＮＨＫサービスセンター） ※今年８月に「天星館」がオープン。直径17.5ｍのドームスクリーン（プラネタリウム）で、観客参加型の星占いライブショーが行われる。194席。	ニュースタッド
宇宙帆船館	4スター	17世紀大航海時代の帆船をイメージしたサスペンデッドライドに乗り、ジオラマ、映像、照明などで演出した「宇宙の旅」を楽しむ。ライドは吊り下げによる空中感覚に加え、キャビンのピッチング、ローリングの動揺、360度（左右720度）の回転で、本格的な浮遊感が味わえる。これはチェーンのかかるメインの軌道に、動揺用のサブ軌道（ガイドレール）を設けることで可能となった。この試みは世界初。コース全長220メートル、高低差約８ｍ、最大傾斜度上下30度。秒速0.65ｍ。定員は１台につき前３人、後ろ３人。22台が15.4秒間隔で運行する。走行時間約６分。ウェイティングルームには、レオナルド・ダ・ヴィンチが想像した宇宙帆船の模型が置かれている。	新奇性 ★☆ 娯楽性 ★★★ 文化性 ★	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…椎野禎文、辻篤男、丸山建一郎（総合ビジョン）	ニュースタッド
ノアの劇場	5スター	ハウステンボスのメインテーマとも言える環境保護と生命の讃歌を壮大な映像で表現したシアター。ストーリーはオランダの「ノアの伝説」を下敷きに、ノア少年がネコのロボットを駆使して地球の生命を救うという冒険物語。円形劇場は直径38ｍ。360度円周映像シアター（スクリーンは高さ7.7ｍ、長さ17.65ｍで、６つに分けられている）であり、１秒60コマの70ミリフィルムのクリアな映像を特徴とするショースキャン社のプロジェクターが６台使用されている。360度スクリーンの内側には、円形観客席（定員67名）が３つあり、それぞれが180度回転。更に観客席を乗せた直径23ｍの床自体も240度回転する。観客席のローリング、ピッチングの動揺も加え、浮遊感が味わえる。映像は約10分。	新奇性 ★★ 娯楽性 ★★ 文化性 ★	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…池上恒彦、蒔田壌（ＮＨＫエンタープライズ） 撮影…リチャード・エドランド（「スターウォーズ」シリーズで４度のアカデミー賞を受賞した特撮の大家）	ニュースタッド
クリスタル・ドリーム	3スター	世界初の「ウォーターマジックビジョン」を駆使したファンタスティックなレビュー。ウォーターマジックビジョンとは、客席と舞台の間にハーフミラーを設け、舞台には噴水と照明装置を配置、客席から、ハーフミラーに映った映像と舞台にある噴水とが合成されて見えるというもの。ミラーは６ｍ×16.8ｍで映像は70㎜フィルム。噴水は151のノズルから曲線、直線、高低差のある26種類の形の水が出るようになっており、コンピューター制御でフォーメーションは自由自在。照明により７色に染められる。客席は252席。ボディソニックで臨場感を高める。ストーリーは、ギリシャ神話を題材にした「魔界の虹」。キャストは有名バレエ学校の最終コンテストに残った世界のダンサーたち。1920年代バレエ音楽に使用された各曲が効果的に使われている。上映時間約10分。ウェイティングホールで物語のあらすじをコミカルに解説するプレショー（４分）が行なわれる。	新奇性 ★★★ 娯楽性 ★★ 文化性 ★★☆	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…野里元士、伊原英夫（ＮＨＫエンタープライズ）	ミュージアムスタッド

※「評価」は弊社編集部によるもの。——は見ていない施設。

名　称	料金	内　容	評価	備　考	ゾーン
アニメワールド	3スター	●アニメの原点、ゾートロープの展示 ●アニメ工房見学…セルアニメの制作過程をガラス超しに見学。 ●世界のアニメストリート…オランダの路地裏を想像させる空間に6つのハイビジョンシアターが設置され、11ヵ国の作品を上映。 ●3D映像「ハリー＆ラッシュ」…メインシアター開演までのウェイティングホールの壁に小さな窓（偏光フィルター）があり、覗くとドタバタ3D劇場がある。 ●アニメシアター…ハウステンボスオリジナル作品の公開。松本零士氏が原作・監修・総設定を担当した「光の風のアーマ」（第1話）を上映。ストーリーは、不滅の大自然と人間、動物、昆虫、植物たちの営みを温く描くもので、上映時間14分。200席6話完結の予定。	新奇性 ★★ 娯楽性 ★★ 文化性 ★★	総合プロデューサー…吉田直哉（ＮＨＫエンタープライズ） 施設プロデューサー…野里元士、伊原英夫（ＮＨＫエンタープライズ）	ミュージアムスタッド
ドムトールン	2スター	ハウステンボスのシンボルタワー。モデルになったのはオランダで最も高い教会の塔「ドムトールン」。オリジナルは112ｍあるが、ハウステンボスでは景観上の理由からこれを105ｍとした。80ｍのところまでエレベーター（定員30名）で昇ることができ、大村湾に臨むハウステンボスの街並が一望。	新奇性 ★ 娯楽性 ★ 文化性 ★		ユトレヒト
大航海体験館	3スター	オランダ村から移設した、日蘭交流の歴史をたどる体感シミュレーションシアター。13ｍの大型スクリーンに、70ミリの迫力ある映像。6本の油圧シリンダーにより、映像に合わせ観客席が上下、左右、前後、ローリング、ピッチングと、海上の船のような様々の動きを行なう。照明、音響がシンクロ、夕焼け、雷、暴風雨などを体感できる。ソフトは「デ リーフデの大航海」、「将軍への贈り物～海を渡ったシャンデリア」の2本。上映時間約15分。225席。	新奇性 ★★ 娯楽性 ★★ 文化性 ★★	施設プロデューサー…和崎信哉	スパーケンブルグ
フリーシアンホースランド	500円（現金）	オランダ唯一の原産馬「フリーシアンホース」に触れ、ヨーロッパの「馬の文化」を体験するコーナー。2階建て、9人乗りの乗合馬車で優雅な時間を過ごすことができる。約5分で500ｍの馬場を1周。 待合室にはドリンクコーナーや売店があり、馬をモチーフとしたオリジナルグッズから高価な馬具までが並ぶ。	——	オラニエ家代々の宮殿、ヘットロー宮殿内の伝統ある厩舎をモデルに建てられた厩舎には、91年11月にオランダから空輸された24頭の馬が揃っている。	フリーシアンホースランド
カルーセル	2スター	「アムステルダムからのチューリップ」など5曲の音楽で街角になごやかな空間を提供。	★		ビネンスタット

※「評価」は弊社編集部によるもの。——は見ていない施設。
★＝☆☆

◀「クリスタル・ドリーム」

アミューズメント施設

オランダの街並という施設の性格上、シアター形式が中心。このうち「大航海体験館」は長崎オランダ村からそのまま移設したものだが、よりリアリティを出そうと船の内部をシアターとしてそれを係留していたことが幸いし、移設は大村湾上を通って係留地を変えるだけという簡単なものだった（ただ、船でもあるため、営業開始に際しては遊戯施設の建築確認に加え、船舶としての許可も必要）。

この「大航海体験館」も含め、ハウステンボスのアミューズメント施設は、輸入に頼らず、独自のアイデアを形にしておりオリジナリティが高い。特筆すべきは、ハーフミラーを使った映像、噴水、照明装置をドッキングさせたシステムと、ラストに落ちのある大人向けストーリーが漸新な「クリスタル・ドリーム」。他のシアターにしても、「アニメワールド」の〝世界のアニメストリート〟以外は全てオリジナルソフトで、リピート客を意識しストーリーを完結させず続き物にする発想も（奏功するかどうかは別にして）ユニーク（「ノ

◀「宇宙帆船館」

アの劇場」「アニメワールド」の〝アニメシアター〟。但し、「ノアの劇場」に関しては、大がかりなハード（180度回転する円形観客席+240度回転する床）が効果的に用いられておらず期待はずれ。逆にハードの動きで楽しめるのが唯一のダークライド「宇宙帆船館」だ。

なお、ハウステンボスでは、アミューズメント施設に関し、展望タワー「ドムトールン」や乗合馬車「フリーシアンホースランド」（長崎バイオパーク運営）も含めるなど、広義にとらえている。

ミュージアム施設

名　称	料金	内　容	評　価	ゾーン
ナイアンローデ城	無料	現実の世界から、ハウステンボスという異空間へ入るためのタイムトンネルとして、オランダの黄金期であった17世紀の暮らしぶりを再現。「騎士の間」「税官吏の間」「甲冑の間」と称した３つの部屋に、スペインなどに発注、制作した騎士の鏡等の複製物や家具、シャンデリアなどが飾られている。コーディネートはオランダ人インテリアデザイナーのホフマン氏。 ※2階部分はスポンサールームになっており、スポンサー、法人会員を対象に、ハウステンボスの成り立ちを紹介（ビデオや模型を使って解説）	新奇性★★ エンターティメント★ 知的満足度★	ブルーケルン
ミュージアム・モーレン	無料	サイト・ホラント州ライツェンダムのボルダー型３連風車を再現、そのうち１つの内部を公開し、風車の仕組みを紹介する。	——	キンデルダイク
チーズ農家	無料	17世紀ごろのオランダの伝統的な農家を忠実に再現。オランダから招いた女性２人のチーズ職人が昔ながらの製造工程を実演、当時の様子を実際に感じられるようになっている。販売ブースでは約20種のチーズとスライサーなどのグッズを揃える。	——	キンデルダイク
カロヨン・シンフォニカ	1スター	17世紀のヨーロッパで時を告げる手段として発達、ひとつの文化として定着しているカロヨン（大小の鐘を合わせた組鐘）の日本初のミュージアム。オランダのアステンのミュージアムにならい、オランダを中心とした世界の鐘を収集・展示。総数約300点。照明とキャラクター人形がドラマチックに演奏を演出する大演奏カロヨン、カロヨンの仕組みと歴史をわかりやすく紹介するマジックビジョンなどもある。	新奇性★ エンターティメント★★☆ 知的満足度★★	ミュージアムスタッド
オルゴール・ファンタジア	2スター	ユトレヒトの国立自動演奏楽器博物館前館長レオナルド・ハスペルス博士の協力を得、17世紀から20世紀のストリートオルガンやオルゴールなどの自動演奏楽器を収集、展示。仕掛け人形による解説を加えアミューズメント性をアップさせたり、ガイドがリクエストに応じて自由に音色を楽しませてくれるなど飽きさせない。自動演奏楽器が演奏を行なうコンサートホール（50席）もある。	新奇性★ エンターティメント★★ 知的満足度★★	ミュージアムスタッド
シーボルト・出島蘭館	1スター	シーボルトが持ち帰った日本に関する資料をライデン国立民族博物館との提携で常時展示する。シーボルトが出島に滞在していた時代をセットで再現（出島の一角を実物大に再現し照明や音響で演出した30mの家並、シーボルトの家）、子供でも楽しく理解できる施設となっている。シーボルトなどの人形が自身の生涯などを語るオーディオアニマトロニクス劇もある。ちなみにオーディオアニマトロニクスの製作費は5000万円。	新奇性★★ エンターティメント★★★ 知的満足度★★	ミュージアムスタッド
ギヤマン・ミュージアム（スタッドハウス）	1スター	世界のガラス工芸品を集めた博物館。オランダのハウダ市にある16世紀に建てられた市役所を扇型の広場ごと再現した「スタッドハウス」の２、３階に位置。２階の展示物は約300点、３階は２階より価値の高いもの約50点。ショーケースを排した展示方法を採用。	新奇性★★ エンターティメント★ 知的満足度★	ビネンスタッド
オランダ民族博物館	無料	長崎オランダ村にある民族博物館を移転、民族衣裳などコレクションの展示をより立体的にした形で生活、民俗を紹介する。従来のショーケースによる平面的な展示を、シチュエーションを設定しての立体的な展示方法に変え、オランダを身近に感じるように配慮している。建物内部にレンガ敷き13m四方の広場を作り、19世紀オランダのWhit Sundayの祭りを設定。	——	ビネンスタッド
ポルセレイン・ミュージアム	1スター	長崎オランダ村のポルセレイン（英語で磁器のこと）・ミュージアムを３倍の規模にリニューアル。ベルリン・シャルロッテンブルグ宮殿内の「ポルセレイン・キャビネット」（東洋の磁器で埋め尽くされた部屋）などを再現したコーナーもある。	新奇性★☆ エンターティメント★☆ 知的満足度★	スパーケンブルグ

※「評価」は弊社編集部によるもの。——は見ていない施設。

名　称	料金	内　　容	評　価	ゾーン
帆船博物館	無料	長崎オランダ村の海事博物館、および海洋歴史博物館をベースにリニューアル。「海」と「歴史」をテーマに、日蘭関係の海事資料を公開している。クルーズ船のチケット販売ブースがあり、船を待つ間、ミニシアターで短編映画を見ることができるなど待合室の役割も持っている。映画は「観光丸ストーリー」の他、「甦る幕末」「プリンスウィレム物語」。常時上映されている。	——	スパーケンブルグ
デリーフデ	無料	大航海時代の1600年、1年10ヵ月をかけてオランダから来航した帆船「デ リーフデ」を忠実に復元。屋外ミュージカルの舞台として活用。全長25.88m、全幅7.75m、深さ2.4m、総トン数240トン。「プリンス・ウィレム」「観光丸」「咸臨丸」に続く、長崎オランダ村第4の復元帆船として91年10月、オランダで完成した。建造費は4億5000万円。	新奇性★ エンターティメント★ 知的満足度★	スパーケンブルグ
パレスハウステンボス	5スター	1645年ハーグの森に建てられ、現オランダ王国ベアトリックス女王陛下が住む宮殿「パレスハウステンボス」を、オランダ王室の許可を得て再現。ハウステンボスの文化的シンボル。 ●時代部屋…オランダ王の黄金期といえる17世紀から19世紀に至るオランダ上流社会の生活を3つの部屋で甦らせたもの。 ●ハウステンボス美術館…オランダ国立博物館の前館長レヴィ博士をコンサルタントに迎え、収集のディレクションを依頼。 ●壁面の間…17世紀オランダの著名な画家たちが各々制作した42枚の壁画で構成。今回ハウステンボスでは、3年をかけ「壁画の間」を壮大な1枚の絵で構成する予定（91年11月スタート）で、ゲストはこの制作過程を見学できる。 ●庭園…全長300m。17世紀当時ハウステンボス宮殿が建てられた時、フランスの造園家によって設計されながら実現に至らなかった庭園を、現存する当時のエッチングなどで再現。 ●王冠…オランダ・ハウステンボス宮殿のドーム上にある王冠のレプリカがオランダ政府財界から贈呈され塔頂に設置されている。 ●ライデン大学分校…9月の開校を目指し、ライデン大学日本分校の準備が進められている。日本語、韓国語学科2年次生を毎年20人前後受け入れていく方針。	新奇性★★☆ エンターティメント★★ 知的満足度★★★	パレスハウステンボス

※「評価」は弊社編集部によるもの。——は見ていない施設。

ミュージアム施設

ここでしか見れないものも少なくなく、文化性はかなり高い。また、オーディオアニマトロニクス劇（シーボルト・出島蘭館）、仕掛け人形（オルゴール・ファンタジア）、マジックビジョン（カロヨン・シンフォニカ）などを取り入れ、小さい子供でも楽しめる工夫も見られる。

▲「シーボルト・出島蘭館」

飲食・物販施設

テナントは全体の約2割。そのうち特殊なテナントである〝企業館〟が6館ある。企業館はひとつの食材を製造過程や歴史など様々な角度から掘り下げ、ひとつの文化として捉える。例えば、「チョコレートハウス」には、本物のチョコレートが流れる「チョコレートの滝」があるなど、AM性も高い。企業館からは建物建設費に見合う敷金、保証金を徴収するシステムになっているが、企業名を明示することは認められない。

飲食・物販の共通の特徴としては、限定されないワールドワイドな品揃えがあげられる。また、夜12時まで営業するナイトスポット（ディスコ、居酒屋、カラオケバー等で構成）があるのも、街を標榜するハウステンボスならでは。

▼カラクリ人形が楽しい企業館「チーズワーフ」

レストラン施設

ゾーン	店舗名（店舗種類）	席数	店舗内容他
ブルーケルン	キッカー（パネクックハウス）	124	オランダパンケーキ、パネクックがメイン。アウトサイドのテラスがある。
	ヤンチェ（バーガーハウス）	48	ハンバーガー、アイスクリーム、ジュース、ビールの店。
ニュースタッド	ゴールデンホップ（ビアブルワリー&テラスレストラン）	595	キリンビールが展開。オリジナルビールを提供するビアレストラン。テラスではバーベキューも。
	チーズワーフ(チーズマーケット)	204	雪印乳業が展開するチーズをテーマとしたレストラン。チーズ計やカラクリ時計なども展示。
	トレードウインド（コーヒーハウス）	235	ＵＣＣがコーヒーを飲むだけでなく博物館的にも楽しめるように構成したカフェテリアと喫茶店。
	スモーキーテースト（グルマンハウス）	244	伊藤ハムが肉製品をテーマにプロデュースしたレストラン。ファーストフード＋ステーキハウス。
	ワインカステール（ワイナリー）	195	サントリーが展開する、ワインがテーマのバーとレストラン。美しいグラスのコレクションが楽しめる。
	チョコレートハウス	86	三菱商事、モロゾフがチョコレートの歴史や文化をテーマに展開。「チョコレートの滝」がある。
ミュージアム・スタッド	ハングリーフライヤー（オランダレストラン）	140	チーズフォンデュやソーセージ主体のファミリー、若者向けレストラン。
	マリンクラブラウンジ（メンバーズラウンジ）	45	マリーナ専用クラブハウスとして喫茶、アルコール類を提供。
	フォレストクラブラウンジ（メンバーズラウンジ）	60	フォレスト会員専用施設として、喫茶を提供。
ビネンスタッド	ダム（バーガーハウス）	86	店内にはヨーロッパの人形が多数飾られている。
	キップ（フライドチキン）	72	フライドチキン、ショロマ、ビールの店。
	カルチェ・ラタン（フルーツパーラー）	50	パリのカフェをイメージ。パフェをメインとした喫茶店。
	グラン　キャフェ（カフェ＆バー）	77	ウィーンのグランドカフェを再現。世界中の酒が楽しめる。ナイトスポット「アムステルフェーン」内。
	カフェ・デ・ハーフェン（ビアバー）	35	オランダのブラウンカフェを再現した小じんまりとしたビアバー。「アムステルフェーン」内。
	アンジン（居酒屋）	26	オリジナルの地酒アンジンを中心とした地酒と焼き鳥の店。「アムステルフェーン」内。
	パロット（カラオケクラブ）	16	カラオケを楽しんでもらうバー。「アムステルフェーン」内。
	ムーンシャワー（ダンシングシアター）	128	ダンシングタイムとハウステンボスのイベントを映像で楽しめるショータイム有。「アムステルフェーン」内。
	グーテン　アペティート（カフェテリア）	220	パンを中心としたカフェテリア。
ユトレヒト	悟空（チャンポン）	78	長崎の郷土料理ちゃんぽんの店。他に皿うどん、点心。
	インディア（カレーショップ）	86	カレー専門店。ライス、ナン（インドのパン）の両方でカレーを味わえる。
	グロット（バーガーハウス）	106	ファーストフードの店。
	パティスリー(チーズケーキハウス)	54	オリジナルケーキを中心に様々な種類のケーキがある。
	プッチーニ(イタリアンレストラン)	100	アンティパストからコースまで本格的イタリア料理を提供。
	ロード・レーウ（オランダレストラン）	112	オランダの古いレストランを再現。
	ピノキオ（ピザ＆パスタ）	82	ピザを窯（有田の技術を使った特注）で焼いているのが見える。各種のアンティパストもチョイス可。
	ラトゥール（ビストロ）	116	西海の新鮮な素材を生かしたフランス料理が自慢。
	桜蘭（中国料理）	96	本格的な中華コースから本場の点心師の点心まで。
	ソウル（韓国料理）	70	本場韓国の料理人の手で焼肉から宮廷料理まで。テーブルで直接焼肉ができるスタイル。
	中の茶屋（日本料理）	152	幅広い層に対応できる総合和食の店。
	伊萬里（懐石料理）	20	店づくりから器まで本物を追求。
	ユトレヒトテラス	292	ピザ、タコス、トロッテ（チーズフォンデュ）、ブローチェ（サンドイッチ）、ドリンク、アイスの６店舗から成るテラス。
スパーケンブルグ	チョッター(アイスクリーム)	－	マリンターミナル利用者を対象としたアイスクリーム、ジュース、コーヒーのカウンター。
	カタルニア(パエリアレストラン)	158	近海の新鮮な魚介類を使ったオリジナルパエリアを提供。グループ向け。
	スヘーベニゲン（シーフードマーケット）	554	生け簀の魚介類をゲストの好みの方法で調理。２Ｆの客席またはテラスで自由に食べてもらう。
	河童(寿司処)	38	カウンターと27名収容の畳の間で食べることができる。「天狗」と組み合わせ１店舗。
	天狗(天麩羅)	46	全てカウンターサービスで天麩羅のコースのみ。「河童」と組み合わせて１店舗。
	ビールハーフェン(ビアハウス)	－	海に面した広場前でカウンターよりビールとおつまみを提供。夏期間かき氷も。
	ビッケンビッケン(ファーストフード)	－	ドリンク・パイ等スナックのファーストフード。
	ロイヤルクルーザー「デ ハール」（チャーター・パーティクルーザー）	120	レストラン船として大村湾をランチョンクルーズ・ディナークルーズする。
	ワーペンファンホールン（パドルクルザー）	128	２階木造デッキの外輪船。クルージングしながらドリンクを楽しめる。
	フリーシアンホースランド	32~48	ベンチ８。フリーシアンホースランド内にあるソフトドリンクだけの店。

ゾーン	店舗名（店舗種類）	席数	店舗内容他
ホテル ヨーロッパ	デ アドミラル(ホテルレストラン)	186	南欧料理が中心のメインダイニング。
	シェヘラザード	27	ヨーロッパの重厚な雰囲気のラウンジ。
	アンカーズラウンジ (ホテルラウンジ)	146	朝食時は洋食ビュッフェ、昼食時は軽食、夜ラウンジバー。
迎賓館	エリタージュ(テーブルレストラン)	54	超高級フランスレストラン。
	ラウンジ	17	コーヒー、紅茶などソフトドリンクを中心に提供。
ホテル アムステルダム	ヴォアリエ(ホテルレストラン)	134	ストリート・カフェ風のレストラン。
	アクールベール(ホテルレストラン)	96	ビュッフェが主体。
	オークラウンジ(ホテルラウンジ)	19	オーク材を使用した書棚のある落ちついたラウンジ。
	ロビーラウンジ(ホテルラウンジ)	32	アトリウム内の落ちついたラウンジ。
ウェルネス センター	トロティネ(レストラン)	176	カジュアルで肩のこらないレストラン。
	ジャックポット(カジノバー)	46	ハードリカー、カクテル類中心のバー。

住宅施設

住宅数	一戸建て住宅	マンション	計
	130棟	10棟120戸	250戸

住宅規模		項目	内容
住宅規模	一戸建て住宅	敷　地	約300平方メートル（約90坪）～約1,247平方メートル（約377坪）
		延床面積	約89平方メートル（約27坪）～約330平方メートル（約100坪）
		価　格	約7,000万円台～４億4,000万円台（係留施設利用権別途、消費税込み）
		船の係留施設	96戸
	マンション	敷　地	約70平方メートル（約21坪）～約120平方メートル（約36坪）
		仕　様	２ＬＤＫ～３ＬＤＫ
		価　格	約4,900万円台～約１億円台（係留施設利用権別途、消費税込み）
		船の係留施設	61戸

住宅

第1期住宅計画として一戸建てとマンションの計２５０戸が建築され、そのうち第一期分譲分として、現在１０８戸のみ分譲中。これまでに販売されたのは、そのうちの約6割。問い合わせは数多いが、永久的な土地付の分譲であるため、売る側としては慎重にならざるを得ないのが現状。

一戸ずつデザインが異なる個性的なつくりの住宅は全て海に面し、プライベートハーバーを持つ住宅もある（一戸建て１３０戸中96戸、マンション１２０戸中61戸）。管理センターでの24時間常駐警備、室外・内の清掃などのサービスシステムも完備。なお、住宅購入者はハウステンボス入場無料。

ホテル

現在ある4つの宿泊施設は、どれもヨーロッパ調の異なる個性を持ったもの。

ウォーターコート（内海）を有し、カナルクルーザーから専用の船着き場に降りチェックインできる「ホテル　ヨーロッパ」。その別館として位置づけられている「迎賓館」は、スイートルームのみで一室30万円。もっとも、同ホテルは後述する「ロイヤルクラブ」の会員が対象である、一般客が利用することはないだろうとのことで「値段はあってないようなもの」。また、南北２００mの淡水湖に面した別荘風コテージ「フォレストビラ」は、付帯施設としてフィットネス施設「ウェルネスセンター」を備えており、そこにはジャグジ

▼一戸建て住宅

ホテル施設

	総客室数	料　金（室料）	仕　様	付帯施設
ホテルヨーロッパ	329室	スタンダード　30,000円（136室） デラックス　34,000円（150室） エグゼクティブ　47,000円（ 23室） メゾネット 50,000〜200,000円（ 9室） スイート　70,000〜200,000円（ 11室）	アムステルダムにある100年の伝統を誇る高級ホテル「ホテルヨーロッパ」の外観を再現し、更に高級感を追求。客室は約35〜165㎡。平均43㎡と国内高級ホテルのレベルを上回る。天井は2.9m。7階建て、敷地面積2万699㎡、延べ床面積2万9605㎡	●メインダイニング、レストラン ●ラウンジ×2 ●多目的ホール ※ルームサービスは24時間対応
迎賓館	9室	スイート　300,000円（ 9室）	VIP対応ができるオールスィートホテル。1室あたりの専有面積180㎡。2つのツインベットルームと2つのバスルーム、リビングルームがある。4階建て、敷地面積5411㎡、延べ床面積3480㎡。ホテルヨーロッパの別館としての位置付け。	●フレンチレストラン ●ラウンジ（プライベートルーム12席）を併設 ※ルームサービス 7：00〜10：30
ホテルアムステルダム	203室	スタンダード28,000〜34,000円（188室） デラックス　32,000円〜（ 10室） ジュニアスイート　40,000円〜（ 4室） マスタースイート　80,000円（ 1室）	ホテルヨーロッパに次ぐグレートを持つ高級都市型ホテル。45㎡のスタンダードが中心。スタンダードの中にはトリプルタイプがあり、ファミリーや友人同士のグループなどに適している。4階建て、敷地面積9242㎡、延べ床面積1万6246㎡。	●レストラン×2 ●ラウンジ×2 ※ルームサービス 7：00〜9：30 15：00〜23：00
フォレストヴィラ	105戸	42,000円（2人利用時） 48,000円（4人利用時）	フォレストパーク内、南北200mの淡水湖に面した別荘風コテージ。各戸77㎡のメゾネットタイプ。1階はリビングルーム、2階はツインベットルームが2部屋あり、最大6名まで宿泊可。	隣接するフィットネス施設「ウエルネセンター」内にレストラン、カジノバー。

ーやスワール、各種プール、サウナ、テニスコート、カジノバー（スロットマシン7台、2面ルーレット、ブラックジャック、バカラ、ビッグシックス、ビッグ＆スモール各一台、ダーツ2台設置、入場料3000円）等が配されている。

これらは、日本興業銀行系のデベロッパー常和興産と長崎オランダ村が出資して設立した㈱エヌ・エイチ・ホテルズインターナショナルが運営。なお、宿泊者はハウステンボス入園料が50%割引（滞在期間中有効）となる。

▲「ホテル ヨーロッパ」

施設内アクセス

種　類	所要時間及び料金	台数	特　徴	備　考
クラシックタクシー	10分につき4スター、もしくは800円（4人乗り）	20台	格調高いクラッシックデザイン。礼儀正しい運転手が後部座席をうやうやしくあけてくれる。	乗り場もあるが、手を上げて合図をすればどこからでも乗れる。営業時間9：00〜21：00
クラシックバス	1スター、もしくは200円（往復20分）	16台	ブルーケルン→ニュースタッド→ビネンスタッド→スパーケンブルグの運河沿いを往復する路線バス。便数も多く最もポピュラーな移動手段。バス停は4ヵ所。待ち時間2〜7分。	クローズ型とループのないオープン型の2種の車体がある。16台中2台は2階建て。定員は22名（2階建ては40名）。営業時間は9：00〜21：00
カナルクルーザー	5スター、もしくは大人1000円、小人500円（1周35分）	13隻	全長6000mの運河をひとまわりする。2ケ所のカナルステーションがある。	定員は乗客51名、乗組員1名。待ち時間は5〜13分。運行時間9：00〜22：00。
自転車	1人乗り1000円、2人乗り1500円、子供500円	70台	ビネンスタッド内のレンタルサイクルショプ「フィッツ」で借りることができる。	借りる際、保証金500円が必要（返却の際戻る）

ショッピング施設

ゾーン	店舗名（店舗機関）	店舗内容地
ブルーケルン	ダンク(ウェルカムショップ)	入国棟内にある、季節の必需品や日用雑貨を取り揃えたショップ
	D.P.E(フォトコーナー)	入国する団体のゲストを対象に記念撮影の受付を行なう他、フィルムの販売、現像も。
	オーロラ(フラワーショップ)	ドライフラワー、ポプリ、花のモチーフのアクセサリー、雑貨など。
	スキポール(スーベニアショップ)	総合売店。11のコーナーで様々なおみやげ選びを楽しめる。
キンデルダイク	ブールンカース (チーズ農家)	オランダの伝統的な農家を再現。チーズ作りの実演や各種チーズのショッピングが楽しめる。
ニュースタッド	キャラクターギャラリー (キャラクターショップ)	ハウステンボス内の風景や船、各施設に登場するキャラクターをモチーフにした雑貨を販売。
	ワールドリカーショップ (世界の名酒＆ワインセラー)	世界の名酒とおつまみに適した食品を販売。店内にワインセラーを設けて、ワインの年代物を中心に寝かせている。
ミュージアムスタッド	柿右衛門ギャラリー	日本を代表する陶工十四代柿各衛門の作品とともに窯元柿右衛門窯の歴史を紹介。
	パンドラ(オルゴールショップ)	オルゴールファンタジアの1Fにあるオルゴール専門店。
	フィギィアヘッド(マリンショップ)	海と航海をテーマにしたショップ。羅針盤や海図、地球儀などのインテリア、雑貨。
ビネンスタッド	トラベルインフォメーション(輸入雑貨)	ヨーロッパの民芸品とハウステンボスオリジナルキャラクターグッズを販売。
	ボヘミアン(トラベラーズショップ)	快適な旅行を楽しむための便利な旅行用品全般。
	アポテーク(ドラッグストア)	調剤室を持つ本格的な薬局。
	フォトジェニック(スタジオ)	オランダにちなんだセットや衣装を取り揃えた写真館。
	モーイ(アートギャラリー)	画材と絵画、ポスターを販売するアートショップ。
	びーどろ(グラスアート)	長崎のびーどろ細工と世界のガラス工芸品を販売。
	ホーランドハウス(オランダ民芸品)	オランダの伝統的な木靴の実演販売を中心に、各地方の代表的な工芸品を販売。
	プリンス＆プリンセス(チルドレンショップ)	洗練されたセンスのおもちゃの店。ぬいぐるみ、オリジナル雑貨、ステーショナリー。
	フィッツ(レンタルサイクル)	自動車のレンタル。貸し出し台数70台。
	ワールドバザール	世界各国をテーマにし、各国の伝統工芸や物産展などを定期的に行うお祭り空間。
	タンテ・アニー(コンフェクショナリー)	手づくりのクッキーやチーズケーキを販売。
	ジョーカー(ゲームショップ)	ステーショナリーや遊びのグッズを販売。
	フレグランド・オリーブ(フレグランスショップ)	ポプリ、ハーブなどからテーブルまわりまでの香りのギフト商品を販売。
	グランシェフ(グルメショップ)	ハム、ソーセージ、チーズなどヨーロッパを中心に輸入した世界の食品を販売。
	マルコポーロ	ヨーロッパの輸入雑貨やオリジナル民芸品などを販売。
	サスキア(アクセサリーショップ)	アクセサリー、バッグ、インテリア小物。
	ハンス・ブリンカー(スウィートショップ)	チョコレート、ビスケット、キャンディー、銘菓などの輸入菓子、オリジナル菓子。
	ポストカントール (世界の切手＆ポストカード)	街の郵便局としての機能(金融業務を除く)。世界の切手、コイン、オリジナルカード等を販売。
	トークントーク(テレフォンカード)	電信電話に関する各種サービス取扱い。電話局としての機能。
	シンデレラ (ファンシーファッション)	花柄をモチーフにした若い女性向けのウェア、雑貨、アクセサリー、ステーショナリーなどオリジナル製品。
	フライングダッチマン(カジュアルファッション)	ゴルフやマリンをテーマにしたスポーティなウェアと雑貨。オリジナル製品。
	アフロディーテ(ボディーショップ)	ボディーケア用品、バス関連商品、香りの商品、バスローブなどのウェア。
	ダンディー (子供服)	トラディッショナルなテイストの子供服アイテム、及びファッション雑貨、インテリア雑貨。オリジナル製品。
	バタビア(アンティークショップ)	アンティーク家具、インテリア、アクセサリー
	パラティーノ(イタリアンファッション)	ハウステンボスが提案する、ミラノのデザイナーによるトータルファッションの店。
	コーイ・ノール(ダイモンド館)	在ハウステンボスの研磨士が加工するダイヤモンドを中心に販売。
	フロリアーダ(ガーデングッズ)	ガーデンパーティー及び園芸用品。
	エーデルワイス(エントランス用品)	絵画、額絵、傘。
	ホームズ(メンズ革小物)	男性向けのイタリア製オリジナル革小物。
	ヘミングウェイ(ギャラリー＆ホームバー用品)	インテリア置物、壁掛け、デカンタボトル、グラスなど。
	アラディーノ(ダイニング用品)	ヨーロッパの高級陶磁器、食品、キッチン用品。
	ボナセラ(ベッド＆ナイティ)	ヨーロッパ感覚のベッドリネン寝具、ナイトウェア。
	プリマ(キャラクターグッズ、セレクション)	ハイグレードなキャラクターグッズとハウステンボス関連の本。
	ユーロハウス(リゾートファッション)	“リッチ＆カジュアル”をテーマに高級リゾートファッションとインテリアの店の展開。
スパーケンブルグ	シーブリーズ(Tシャツ＆雑貨)	オリジナルTシャツ、オリジナル雑貨、輸入雑貨、民芸品など。夜も営業し、港町の夜の賑わいを演出。
	ドロピエ(キャンディーショップ)	輸入物(主にヨーロッパ)のキャンディー、チョコ、クッキーなどの洋風駄菓子。
	キューケンホフ(フラワーショップ)	花、鉢植え、園芸用品、花関連雑貨。
	D.P.E(フォトショップ)	港から入国する団体のゲストを対象に記念撮影の受付を行なう他、フィルムも販売。
	ゼーランド(スーベニアショップ)	ハウステンボスとオランダを代表する輸入品やみやげものの店。
	フェルメール(ポルセインショップ)	有田焼、ロイヤルデルフト、ウェッジウッド、マイセンなど。
	フィッシャーマンズピアー(海産物加工品)	地元の漁協が提供する海産物加工品。
	キャプテンショップ(マリングッズ)	帆船と航海の歴史をモチーフにした雑貨・民芸品を販売。
	マリンターミナルショップ(スーベニアコーナー)	ハウステンボスの代表的なみやげを更に選りすぐってコーナー展開。
	フリーシアンホースランド	フリーシアンホースランドの施設内にある。馬に関する小物から革製品、鞍まで販売。

クルーザー

種類	内　容	料　金	船の仕様、特徴
ロイヤルクルーザー「デハール」	ハウステンボス港を起点とし、大村湾を周遊しながらフルコースの食事を楽しむ。 ●航行区域—西海橋及び大村湾内遊覧 ●出港時間—ランチョンクルーズ　12：00 サンセットディナークルーズ17：00(9/16～2/末) 18：00(3/1～9/15)	20,000円（ランチョンクルーズ、ディナークルーズとも食事代含む）	内装は18世紀ヨーロッパ調。従来のレストラン船にない豪華な仕上げになっており、大きな吹き抜けが贅沢な空間を確保。全長45.3m、全幅12.5m、深さ3m。総トン数694トン、巡航速度13ノット、機関850馬力×2基。最大搭載人員は乗客147名（着席）、乗組員4名、厨房25名。建造費用約16億円。
ハーバークルーザー	陸側とはひと味違った顔を持つハウステンボスを、海側から見るための船。 ●航行区域—ハウステンボスマリーナ周辺の遊覧 ●営業時間—10：00～18：00(3/1～11/末) 10：00～17：00(12/1～2/末) 9：00～18：00(GW・お盆)	1000円(20分)	船体は北欧独特のダブルエンダータイプ。クラシカルで優雅なプロフィールを特徴としている。座席前のテーブルを倒すと簡単な飲食ができる設計。全長10.5m、全幅3.7m、深さ1.0m巡航速度7.0ノット。最大搭載人数は乗客12名、乗組員1名。建造費用4500万円。5隻就航。
ワーペンファンホールン	歴史の香りあふれる洋上体験をする。クラシカルな2層のデッキ、ノスタルジックな外輪を持つ船。 ●航行区域—西海橋方面遊覧 ●出発時間—10：15　12：05　13：35　15：05 (GW・お盆のみ)8：50	2,000円（1時間）	1792年、長崎港に入港した連合東インド会社所有の大型外輪船に由来して命名。全長30.5m、全幅6.8m、深さ2.6m、総トン数184.0トン、巡航速度9.0ノット。機関430馬力×2基。最大搭載人員は乗客430名、乗組員3名。建造費用1億5400万円。
パーティークルーザー	運河を廻りながら優雅なブランチやランチョンパーティーを楽しむ。 ●航行区域—運河内～マリーナ大遊覧 ●出発時間—9：00～21：00まで随時 ※ロイヤル会員のチャーター運航のみの営業	30,000円（1時間単位のチャーター使用）	カナクルーザーとほぼ同型の船体。全長11.0m、全幅3.9m、深さ1.1m、総トン数16.0トン、巡航速度6ノット、機関55馬力×2基、最大搭載人数は乗客12名、乗組員3名。建造漂5500万円。5隻就航。
観光丸	●航行区域—大村湾内遊覧	2,000円(1時間)	1855年、オランダ国王より徳川幕府に献上された日本で初めての蒸気帆船を完全復元。全長65.8m、全幅14.5m、深さ3.9m、総トン数約353トン、巡航速度約10ノット、機関340馬力×2基。最大搭載人数は乗客300名（平水）乗組員7名。建造費用約12億円。

※この他、施設アクセスとしての「カナルクルーザー」もある。

公共施設

警　察	ハウステンボス内15カ所の詰所で警備員が常駐するほか、施設内を随時巡回、24時間体制で安全の確保に務める。また、ゲストへの道案内、写真撮影などのインフォメーションやサービスも行なう。場内の電話110番で出動。また、パトロールカーは施設内を巡回するものと、施設内外を走るものの計2台。
消防・救急	24時間体制で防火、消火活動にあたる。また、メディカルセンターまで病人・ケガ人の搬送をする。救急車、消防車は1台ずつ配備。場内の電話119番で出動する。 ※警察、消防は私設で行政の警察署、消防署とは異なる。スタッフは全部で約80人。
メディカルセンター	ハウステンボス内の診療所。9時～18時まで医師1名と看護婦1名が常駐し、18時以降22時までは引き続き看護婦1名が控えている。
郵便局「ポストカントール」"POSTKANTOOR"	郵便物の発信、受付、切手、ハガキの販売を行なう。
銀行「親和銀行ハウステンボス支店」	通常窓口業務、外資両替業務、融資業務を行なう。営業時間は窓口は平日15時、自動支払い機（ATM）は平日18時、土・日は17時まで。 同店のATMは支店内に2台、入国棟に1台。また、入国棟には九州銀行と八十八銀行のATMがあり、キャッシングも扱っている。
NTT「トークントーク」"TALK&TALK"	テレホンカードや電話機の販売を行う。

▲マスコットキャラクター〈ルーキーライオン〉。オランダ王室の紋章をモチーフにオランダの画家、ヨープヘーシング氏が創作。20年程前にオランダ国営放送「HOS」に登場するやたちまち評判になり、現在もなお人気を誇っているという。

テーマパークの手法を用いた街づくり

●施設の形態●

「確かに施設全体の建物とか外観は、オランダというスタイルで統一されているけれど、あくまでも、地域開発、将来の街づくりにつなげていきたいという考えが基本」。そういうハウステンボスにも、テーマパークの手法が随所に見うけられる。キャラクターの設定、イベントの充実、徹底した修景整備などである。

イベントは、「街全体が感動のステージ」がコンセプト。オリジナルメインイベントは街全体を舞台に毎日上演されるミュージカル「VOCページェント」で、昼の部の「グロリアスパレード」と夜の部の「ボン　ボヤージ　デ　リーフデ」の2つの演目があり、非常にグレードが高い。前者は帆船「デ　リーフデ号」の帰国凱旋パレードを総勢100名の外国人キャストで演じる華麗なパレード（30分間）。オランダ王室の公式行事のひとつである「ロイヤルパレード」を忠実に模倣したこの馬車パレードのために、馬車や馬具、コスチュームをオランダに特注（3台の馬車だけで1億円の制作費）、オランダ唯一の原産馬24頭も購入するなど、オランダ王室に劣らない出来栄えに仕上げている。

後者は「デ　リーフデ号」の船上で行なわれる45分間のミュージカルショー。日本発見の旅に出る

▲グロリアスパレード

その出航の日の光景を、総勢80名の外国人キャストがドラマチックに演じ上げる。海上ステージのイルミネーション、煙や花火、噴水などによる演出も雰囲気を一層盛り上げる。夜の部ではその他、空と海と街を舞台に「音の銀河（サウンド・ギャラクシー）」と呼づけられた、サーチライト、スポットライト、レーザー光線、音楽による幻想的な30分間のショーが繰り広げられる。イベントはいずれも無料。

修景整備に関しては、40万本の木に加え、常時30万本の花が咲き揃う。オープン日から4月20日まではチューリップ期間。チューリップは50日間、5回に分けて植え替えられるから、30万×5で150万本もの花が植えられることになる。「つぼみ、あるいは開きすぎているものはチューリップと認めない。訪れる全てのお客様に対し、その人のためにちょうど今咲いた、というような状況にしています」と担当者。チューリップは10日に1度の割合で、オランダ農夫のコスチューム姿の係員が1本1本植え替えていく。

スタッフの教育面も、長崎オランダ村で培ったノウハウを基に徹底しており、オープン後、その行き届いたしつけは評判が良い。もっとも「手際の良さの要求されるレストラン分野はどうしても慣れが必要。これればかりは、お客様に怒鳴られ泣いたり悔しい思いをして初めて本物になる」。

▼ボン ボヤージ デ リーフデ

チケットにはプリペイドカードを採用。テレフォンカード大の磁器カードで、入園日、利用した施設と残数が印字される。カードリーダーライターに挿入して出てくるまでの時間は約3秒。インプットするデータが多いため至し方な

いとはいうものの、スピードアップなどの改良が図られている。カードシステムは富士通㈱製。なお、入場者にはプリペイドカードとともに、広いスペースを有効な動線で回れるようスタンプラリー形式のパスポートブック（ガイドブック）が渡される。

チケットの種類は表の通り。1スターは200円分で、入場＋有料施設30スターの「キング30パスポート」は、5600円とかなりお得になっている（本来なら入場料3900円＋6000円で9900円分）。ちなみに有料施設を全部利用するとスター計は46となる。

さて、当初、各チケットの販売割合は、大まかに言って30スターのキング30が25％、10スターのプリンス10が50％、入場のみのパスポートが25％と見込まれていた。ところが実際は、それぞれ33％ずつ。場内5カ所で売られるスターカードも思ったより売れているという。

▲音の銀河（サウンドギャラリー）

「第1期は街機能を優先させたため、アミューズメント部分が少なく、これは2期以降増やしたいと考えているんですが、しかしどちらかというと、雰囲気を楽しまれるお客様が多いようです」（長崎オランダ村㈱取締役東京本部副本部長　渋澤寿一氏）。

自然と一体化した異国情緒を満喫しながら散策、その中で面白そうなものがあればスターカードを買って入ってみる、という行動パターンが1つに生まれているということだ。

これは、テーマパーク的というよりリゾート的、大袈裟に言えば旅行の感覚に近い。ハウステンボスでは、住む人、訪れる人、滞在する人など様々なニーズに応えるべく、光ファイバーによる最新の情報通信ネットワークシステムを導入したり、暴風時にハウステンボス港内を守るための〝フレキシブルマインド〟（波浪制御構造物）を世界で初めて設置したり、大気汚染を減少させるよう天然ガスを使用したコ・ジェネレーションシステムを導入したりと、都市支援機能も充分に考慮している。

ハウステンボスは、オランダの意匠で覆った、あくまでも街としてつくられた。オランダをテーマにしているといっても、飲食物販施設には各国の料理や商品が並ぶなど、オランダは街を特徴づけるイメージ作りとしてのみ用いられている。しかし現段階では街と呼ぶにはあまりに上品すぎる。生活臭が全くと言っていい程ないからだ。そういう意味で第1期は、街づくりプロジェクトのプレ紹介パークといった格好になっている。

◆

■パスポート

パスポート名	大人（18才以上）	中人（12才～17才 中学生、高校生）	小人（4才～小学生）	摘要
キング30パスポート	5,600円	4,700円	3,800円	入場及び有料施設30スター組合せ利用
キング10パスポート	4,800円	4,000円	3,200円	入場及び有料施設10スター組合せ利用
大航海パスポート	5,800円	4,800円	3,900円	入場及び帆船クルーズ・有料施設10スター組合せ利用
パスポート	3,900円	3,200円	2,500円	入場及び無料施設利用
ムーンライトパスポート	2,900円	2,200円	1,500円	18時以降の入場及び無料施設利用

●３才以下、入場無料。
●残ったカード点数は、次回入場の際利用可能。

■追加スターカード

クイーン5	1,000円	場内５ヵ所で販売

■営業日

年中無休

■営業時間

3/1～11/30	12/1～2/28	
	平日	金・土・日・祝・祝前日
9：00～21：00	9：00～19：00	9：00～21：00

▲採算計画と今後▼

初期投資2200億円 3年後に黒字転換、7年で回収

損益を見る場合には、大体、資本回転率（年間売上げ÷総投資額）と人件費率が1つの目安になるというが、この資本回転率については、

「観光業は非常に低い業界。例えば石油業界は1・3～2・1、自動車メーカーの平均は2ぐらい。ところがパークの中で資本回転率が0・5以上というのはTDLと長崎オランダ村の2カ所しかない。初期投資額が大きいからですよね。日々営業利益が出るから企業として成り立っているように見えるけど、実はそれほど安易なものではない、ということが言えると思います。自己資本で始めれば、金利がないため、話は別ですが」

ハウステンボスの初期投資額は2200億円。年間420万人の集客で540億円の売上げを見込んでいる。つまり資本回転率は0・25で、長崎オランダ村（0・62）を大きく下回る。新聞紙上では、あまりにも巨額の投資に対し「5400億円の総投資なら、金利だけでも1日5000万円」と採算を危ぶむ意見も少なくなかった。

▲長崎オランダ村㈱取締役
東京部副本部長 渋澤寿一氏

しかし、ハウステンボスでは投資の回収に関し、ほぼ次のような見込みをたてている。

・関連企業15社（企業館、ハウステンボス・カントリークラブなど）から……650億円
・不動産売買収入……250億円
・後述する会員制度（ロイヤル会員1社3億円×70社、他）……300億円

これらの合計は1200億円。計算上では2200億円から差し引いた1000億円が借り入れ金になるわけだが、そのうち200億円が、リゾート法、民活法による無利子融資、または低利融資。残り800億円が日本興業銀行を幹事銀行とする民間融資団からの借り入れ。従って、端的に言えば、800億円の借り入れ金で、年間540億円の売り上げを見込んでいることになる。

「日本興業銀行の借り入れ金の返済期間は、慎重に20年と設定しています。でも3年で黒字転換、7年で回収をと考えています」と渋澤氏。

1社3億円で 街を経営する旦那衆に、 ●会員制度

資金調達面においては、スポンサー制度をどう取り入れようかとディスカッションが重ねられたという。その結果、生まれたのが、300億円の回収を狙う会員制度だ。

「ハウステンボスは街全体が売り物。個々のアトラクションにスポンサーをつけるのではなく、企業のマーケティングの場として活用してもらい、街の経営に参加してもらおう。ハウステンボスのコンセプト、街を経営するという先進性を理解し納得したなら、きっと金を出してくれるだろう、ということになったのです」

優良企業を対象に、最終的に70社を集めようとするロイヤル会員は、1月末から売り出して4月初めの段階で45社。「思ったより企業の投資意欲は盛ん」とのことである。

▼大村湾を臨む「ハウステンボス」。

この会員制度に表れているハウステンボスの事業の本質は
「街の経営のために日本の大手企業が集まる」
というもの。各企業には、街づくりのパトロネージをしてください、というのが基本的な考えで、
「ロイヤル会員は、いわば〝街の旦那衆〟。議会をつくって、顧問団としてディスカッションをしてもらう」
システムになっている。また、ソフト、ハードの実験の場としてのハウステンボスの活用も提案。例えば映像産業の場合、画像が高品質になると今までの映画セットではついていけなくなるため、ハウステンボスをソフト制作の場として位置付けたり、あるいは、新しく開発したシステムをハウステンボス内のレストランに導入し客の反応を調査したりといった具合である。

▲「シーフードマーケット」。いけすから大村湾の新鮮な魚介類を選び、好みの方法で調理してもらえる。料理を受け取り、2Fの客席またはテラスで食べる。

ロイヤル会員には、最もグレードの高いホテル「迎賓館」の利用、ディナークルーズもしくは迎賓館内の高級レストランのディナー、キング30パスポートの無料提供などのメリットもある。ちなみに、迎賓館は一泊30万円と一応の料金設定がなされているが、ロイヤル会員専用の宿泊施設として、一般の宿泊客はほとんどとらない方針であり、値段はあってないようなものだという。

なお、ロイヤル会員以外の会員として、ナイアンローデ城内で独自のPRソフトが流せる「プロジェクトメンバー」、プロジェクトメンバーの中で、審査によりロイヤル会員とならないが、それとほぼ同じ特典を持つ会員、福祉厚生用にコテージを利用できる会員がある。

▼ビネンスタッド

「初年度見込みの420万人の集客が達成するか否かは、損益という意味では（前述の数字のような見積りがあるため）特に問題となることはない。それよりも、企業のマーケティングの場と捉えているだけに、それは2期、3期の会員募集、即ち資金調達に大きな影響を与えるのではないかと思われます」。

ところで、昨年ハウステンボス㈱を吸収合併した長崎オランダ村㈱は、以前、株式上場してハウステンボス開業のための資金を調達し、その後合併しようと計画していた。しかし、株式市場が不況であることに加え、2つの会社が1つの事業を行なうことから生じる様々な不都合を背景に、上場せず、合併を急いだ。

「上場は1つの戦略でやっていくのではなく、企業に勢いが出てきて自ずと上場していくものではないか。何も無理して金を集める必要はない。それより各企業に参加してもらい出資してもらった方が得策ではないかと考えたわけです」。

合併後、ハウステンボスに社名変更しようとの声も強かったものの、知名度を考慮してそれに至らなかった。施設名はハウステンボス、存続会社は長崎オランダ村。現状では「長崎オランダ村ハウステンボス」と連名での表記を行なっているが、ゆくゆくはハウステンボスに一本化、社名変更も考えているという。

「企業の投資意欲が考えたより盛んであることもあり、準備だけ

は進めていくが、上場はしばらく考えない。名企業が街づくりに参加するという事業の性格上、万が一、株の買い占め等がおこるようなことがあったら、パーラメント（議会）が宙に浮くなどの問題も生じる。ただ、やはり上場は魅力的。資金調達と株主対策のバランスを考え、進めていきたい」

客単価1万3000円を目標

年間540億円の売上げ、420万人の集客を目標としているため、それを単純に計算すると客単価は1万3000円。もっともこれは宿泊客も含めて割った数字であるため、日帰り客については当然低くなる（ちなみに、今年11月に229室の新ホテルがオープンした時点で、宿泊のキャパシティは年間70万人程度）。

オープンして1週間の段階では「平均の客単価は1万4000円。日帰り客の場合は7500円」

長崎オランダ村の昨年の客単価は6000円。ハウステンボスは、ざっと回るだけでも7時間かかり、滞留時間が長い分、食事もするなど必然的に長崎オランダ村より客単価は高くなっている。客単価の内訳は出ていないが、飲食で2500円程度だろうとのこと。

宿泊客についての感触は上々。

「ホテル業は初めてである我々が、一番驚いているのは、宿泊客の消費はものすごいということです。日帰り客は留守番の人にお土産を買っていくけれど、宿泊客は自分のためにも買物をするというパターンなんですね」

入場者に関しては、「街としての賑わいが演出され、しかも待たずに各施設を利用できる」のは1万5000人ぐらい。キャパシティという点で言えば、「ハウステンボスの広さは、花博（一昨年開催）とほぼ等しく、花博が10万人以上入った日があることを考えれば、10万人は可能。ただ、5万人入れば大混乱で、レストランもおいつかなくなる。3万人までならこなせるといった感じでしょう」。

なお、オープン後の入場者数の状況は、「初めての日曜となった29日は終日雨で1万7500人。5日間連続雨のため、行楽客の出控えが続いているようだ。25日の開業以来、入場客は1万6000～1万8500人と、1日の最低目標である1万5000人は超えた。」（朝日新聞　3月30日付）とのことである。

団体客は420万人中150万人に

スペースワールド、ハーモニーランド、嬉野温泉、グラバー邸、由布院、阿蘇山……。「狭いエリアにこれだけの観光資源があるのは珍しい。北部九州は特殊なエリアであり、是非、他のレジャー施設と協力してネットワーク作りをしたい」

と渋澤氏。このルートは、団体客に限って言えば、エリア内のどこかで何かあったら、どのレジャー施設もみんな横並びでひびくという。事実、雲仙・普賢岳の火砕流の影響で、昨年長崎オランダ村は対前年比80％まで入村者減、他のレジャー施設も同様に大幅な落ちこみを見せている。ただ「昨年末から客足は回復している。長崎の観光客は年間約500万人で安定しており、このうち60％は確実に

▼ナイアンローデ城

（ハウステンボスに）回ってくる、と読む」（朝日新聞　3月11日付）。

団体客で主要ターゲットとして捉えているのは、2泊3日もしくは3泊4日の滞在日程の旅行客。ハウステンボス内に丸一日、ゆっくり留って欲しいからである。だが、日本人の旅行形態は、「できるだけ数多い場所に行きたがる。従ってエージェントもパックの中にたくさんの施設を入れ、各施設の滞留時間を短くする」傾向があり、更にはエージェントにとって施設をたくさん回るほどマージンを稼げるといった側面も否定できない。

▲運河を走る「カナルクルーザー」。アクセス手段としてだけでなく、アミューズメント施設としても充分楽しめる。

「各エージェントが長崎オランダ村の滞在時間として設定していたのは3時間30分～4時間。余程勇気のあるエージェントでない限り、最初はハウステンボスにそれ以上の時間はとれないでしょう。でも1年も経てば変わってくると思いますよ。オランダ村だって最初は少しの時間しかとってもらえなかった。それが『こんな短い時間じゃ回りきれない』『他を削ってもオランダ村にいたい』というお客さまの声が多くあって、オランダ村に割く時間が増えていったんです。結局はパックのメニューなんて、エージェントが作るのではなく客が作るんですよ。それに、今の20代くらいから日本人の旅行形態は、（数は少なくともじっくり見るというように）変わってきてますしね」

ハウステンボスをじっくり見るのは、場内のホテルで一泊するのが理想であるわけだが、このホテルに関し、対エージェントのブロック比率（エージェントが確保する部屋の割合）は、現在かなり低く設定されている。ブロック比率を一度高く設定すると下げることが出来なくなるため、例えば、直接ホテルに予約を入れても部屋はとれないがエージェントを通せば予約できる、というようなことを避けるためだ。これの比率は今後、除々に上げながら、中間点を見つけていく方針だ。

ハウステンボスでは、最終的に団体客を４２０万人中１５０万人にしていく構え。

▼「パレス ハウステンボス」

JR利用は当初予想の200%

もう一つの集客の柱として大いに期待しているのがJRだ。

現在、JRは往復の切符とハウステンボス入場券のセット券の販売で「ハウステンボスだけを目的とした」顧客を搬送、また、新駅「ハウステンボス駅」を開設し、新駅開設に伴って博多——ハウステンボス間に直通特急を運行（下り9本、上り10本）させている。赤字だったJR九州が、目玉商品

▼スパーケンブルグ

として力を入れたのである。

「JRが動いてくれるのは有難い」。

道路が渋滞しないのはもとより、JRの輸送量はものすごいからだ。

「車1台に乗っているのは2、3人がせいぜい。シミュレーションして始めてわかったことなんですが、1時間に駐車場に入ってくる車の台数×2、3人は列車1本が運ぶ人数と等しいんですよ。1輌に150人乗って6輌連結なら、1回に1000人近くが動くことになりますからね。ですから、例えばJRが15分に1本ずつ列車を運行させてくれたとすれば、それはもう桁違いの数字になるわけです。

実は先日、堺屋太一さんにお会いした時『300万人しか入らないか600万人入るかのどっちかだ』と言われました。数多くの地方博を手懸けた経験上での意見で、要するに、『輸送のメインが車の時にはなかなか300万人を超えない。でも、300万人を超えると、すぐに500万、600万になり、極端に言うと1000万人になる』ということなんです。だから300万の上は、(中間がなく)、600万人。それは何の違いかと言えば『JRが運ぶか否か』。すぐに本当かどうかシミュレーションしてみたんですが、全くその通りでした」。

現状、ハウステンボスへの交通手段は、JR利用30%、車利用59%、船の利用が11%。JR利用は当初15%と見込んでいたから予想の倍ということになる。

表の顔に加え、今後は裏の顔も整備、本物の街へ

第2期の完成は3年後、第3期の完成はそのまた3年後を予定。

2期の具体的な計画については4月に出揃うことになっており、現在のところ詳細は決まっていないが、AM施設が少ないことから劇場型のものなどを5つぐらい新設、また、第1期でパンク状態にある宿泊施設の増設、などがメインとなる。

「それから、今のハウステンボスは、〝表の顔〟だけで〝裏の顔〟つまりエログロナンセンスの部分がまったくない。そうした部分がなければ街とは言えないわけで、2期はその部分も入れていく」。

極端な話、輸入もののイタリアの靴もいいけど、街角の靴屋、それにコンビニエンスストアも、といった具合だ。2期以降は生活臭の強いものが出てくる、ということだ。

3期については、住居が問題になってくるだろうとの予想を基に、定住のための住居、安く長く泊まれるよう長期滞在型の宿泊施設の建設、そしてそれに合わせたもの、例えばアミューズメント施設というよりスポーツ施設といった参加型施設の充実が図られる。

2期が完成する3年後、ハウステンボス関係の仕事に携わる人々をはじめとした1万人の定住人口が周囲にできると推測されている。

「そうなれば、乱暴に言って(1年365日ですから)365万人の市場ができることになる。その3割が利用するとしても相当の量になる」。

第1期の投資の回収は、前述し

た通り7年後を計画。実は、ハウステンボスは、その時点で入場無料にしたいという構想を持っている。入場を無料にした後は、

「3年間程度、本格的な街に向けての期間をおいて、本当に完全な街としての機能を持つのは、10年後くらいになると思います」

レストラン、ショッピング施設も、勤続何年とかいった基準を設け、従業員に売却する考えでもある。そうなれば1階で商売をし2階を住居にすることでハウステンボス内に移り住む。商売は、それまでの売上げデータが畜積されているため、圧倒的にリスクが少ない。また「いずれ、近隣の街との役割分担ができるのではないか。ハウステンボスは娯楽施設中心の街、例えば佐世保市街は医療の街、嬉野は温泉の街というように。そしてどちらも大きくなっていけば、たぶん、いつかハウステンボスは他の街とつながるでしょう」。

隣接して、長崎県が公共駐車場として買収しようとしている土地がある。面積は20万㎡。この買収が実現すると、現在のエリア152万㎡をフルに利用できることになる。

特色ある街で全国に情報発進

では、具体的にハウステンボスが目指す街の姿とは如何なるものか。

「モデルとして考えられるのはモナコです。面積約190万㎡のこの国は、リゾート都市でありコンベンション都市。カジノによる収入が多いと思われがちだが、実際は国家収入の4%にすぎません。モナコの財源のほとんどは、郊外に誘致した工場からの税金によるものです」。

ハウステンボスでは、モナコと同様、工場や企業のSE訓練センターを誘致したい意向だ。工場の外観は20世紀のオランダという設定で、全てレンガ貼りにするというわけではないし、街の郊外というスタイルで152万㎡の外に配置する。また、運動スタジアム、オペラ劇場の他、世界的フォーラムが開けるコンベンションも将来的に設け、「この街独自のイメージを作っていく」。

「日本人は〝余暇は悪い〟というイメージを持っているため、休暇の延長にリゾートはないんですね。だから、例えば、父親が経営セミナーに出席するとか、何かのフォーラムがあるとか、要するに、〝ついで〟の付加価値がないと2、3日の休暇はとれないわけです。ハウステンボスはそういう付加価値を有する街を指針しているのです」

今後、長崎オランダ村としては、ハウステンボス内のごく一部の経営のみで、あとはひいてしまってもいい、としている。ちなみに同社の全役員の持ち株は、あわせても全体の5%に満たない。〝経営〟より夢を広げていくことが事業の目的なのか。

「パーク施設を核とした〝都市〟を経営するノウハウを持ったら、何もオランダにこだわらず、その土地に合った開発、エコロジーとハイテクノロジーがドッキングした1つの意味を持った都市作りを、世界各国に展開していきたい」と渋澤氏。

神近社長はプレビューの挨拶の中で以下のように語った。

▼神近義邦社長

「企業が街を経営することに成功すれば、そうした街はいくつもできていくだろう。個性的な街がいくつもできれば、地域からの情報発信が可能となり、地域に都市機能は分散する」

ハウステンボスのコンセプトはあまりに格恰いい。テーマパークの手法からスタートした〝千年の時を刻む街〟は、理想の実現に向け、動き出した。

お電話かFAXでお気軽にお問合せ下さい

中古基板

中古ゲーム機

中古メダル機

買います 売ります

WE ALWAYS HAVE LARGE QUANTITIES IN STOCK.

PLEASE CONTACT US AS SOON AS POSSIBLE.

MAMA·TOP CORPORATION

1-7-8 HIGASHICHIYODA SHIZUOKA CITY 420, JAPAN

有限会社 **ママトップ**

本社：〒420 静岡市東千代田1−7−8
TEL054-263-9373(代表)
FAX054-263-9374
TLX3962-555・TOPPU-J

〈振込先〉
清水銀行 大岩支店
普通口座 No0072326
(有)ママトップ

テーマ・パークに関する調査

大阪商工会議所が実施、発表

大阪商工会議所では、昨年2月にアメニティあふれるまちづくりのステップとしてテーマパーク等の設置を考える場合、どのような視点から何に着目し、いかなる対応が必要であるか等について検討している。そして、その一環として、全国各地のテーマパークを対象に昨年8月～10月運営状況、当面する問題等に関するアンケート調査を実施、今年2月に調査結果をまとめた調査書を完成させた。

本稿では、大阪商工会議所の提供をうけ、同報告書の概要を掲載する。

実施要領

目　　的　大阪商工会議所が組織するアメニテイ・パーク研究会活動の一環として、全国各地のテーマ・パークを対象に、その運営状況、当面する問題点等を尋ね、テーマ・パークが地域活性化や都市の魅力向上の一方策として積極的な役割を果たすための課題、条件等を探る。

実施期間　1991年8月～10月

対　　象　全国の40テーマ・パーク

回　　収　28パーク（回収率70.0％）

回答テーマ・パークの分布状況（合計28施設）

（施設）

区分	項目	施設数	区分	項目	施設数
開園時期	85年以前	6	採算状況	採算ベースにのっている	17
	86～89年	9		採算ベースにのっていない	11
	90年以降（～91年3月）	13	目標入場者達成状況	大幅に上回っている	5
年間入場者規模	30万人未満	9		やや上回っている	8
	30万～100万人未満	11		目標どおり	10
	100万人以上	8		やや下回っている	5

※85年以前に開園した6施設のうち、東京ディズニーランドがオープンした83年4月以前の開園は2施設。

回答テーマ・パーク一覧（五十音順）

○足立の庄（愛媛県）
○茨城県フラワーパーク（茨城県）
○オートポリス（大分県）
○王子ファンシーランド（岡山県）
○カナディアンワールド（北海道）
○ガリバー青少年旅行村（滋賀県）
○キョロロン村（福島県）
○グリュック王国（北海道）
○佐渡西三川ゴールドパーク（新潟県）
○サンリオピューロランド（東京都）
○四国ニュージーランド村（香川県）
○修善寺虹の里（静岡県）
○スペースワールド（福岡県）
○チャイナ・オン・ザ・パーク（佐賀県）
○天保山ハーバービレッジ（大阪府）
○東映太秦映画村（京都府）
○東京ディズニーランド（千葉県）
○ドクタージーカンス（東京都）
○どんぐり村三瀬ルベール牧場（佐賀県）
○長崎オランダ村（長崎県）
○長崎西海楽園（長崎県）
○登別マリンパークニクス（北海道）
○博物館明治村（愛知県）
○ハーモニーランド（大分県）
○広島ニュージーランド村（広島県）
○フラワーパーク花夢花夢（山形県）
○みえこどもの城（三重県）
○野外民俗博物館リトルワールド（愛知県）

要　約

1、テーマ・パークの概要

・今回の調査で回答を得た28施設のうち、それぞれのテーマ・パークに特有のキャラクターを「もっている」のは15施設（53・6%）で、「もっていない」のは13施設（46・4%）である。開園した時期が新しいほど「もっている」と答えるものが多く、「90年以降」にオープンした13施設では8施設が「もっている」と答えている。また年間入場者規模別には「100万人以上」といった大規模施設で「もっている」とするものが多い。（8施設中6施設）。

・立地場所としては、全体の4分の3にあたる21施設が「地方都市」である。これに対し、「大都市及びその近郊」は5施設（17・9%）、「地方中核都市及びその近郊」は2施設（7・1%）にとどまっている。大都市圏や地方中核都市では地下高騰等で用地取得が難しい、地方では地域活性化の一方策としてテーマ・パークに寄せる期待が大きい、などが背景にあるとみ

1．キャラクターの有無　　（施設）

		有	無	合　計
全　体		15(53.6%)	13(46.4%)	28(100%)
開園時期	85年以前	3	3	6
	86〜89年	4	5	9
	90年以降	8	5	13
年間入場者規模	30万人未満	5	4	9
	30万人〜100万人未満	4	7	11
	100万人以上	6	2	8
採算状況	採算ベースにのっている	10	7	17
	採算ベースにのっていない	5	6	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	2	3	5
	やや上回っている	5	3	8
	目標どおり	7	3	10
	やや下回っている	1	4	5

2．立地　　（施設）

		大都市及び近郊	地方中核都市及び近郊	地方都市	合　計
全　体		5(17.9%)	2(7.1%)	21(75%)	28(100%)
開園時期	85年以前	2	—	4	6
	86〜89年	—	—	9	9
	90年以降	3	2	8	9
年間入場者規模	30万人未満	1	—	8	9
	30万人〜100万人未満	—	1	10	11
	100万人以上	4	1	3	8
採算状況	採算ベースにのっている	4	0	13	17
	採算ベースにのっていない	1	2	8	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	1	—	4	5
	やや上回っている	1	—	7	8
	目標どおり	3	1	6	10
	やや下回っている	—	1	4	5

3．周辺集客施設等の有無（複数回答）　　（施設）

		観光・リゾート地	レジャー施設	特にない	合　計
全　体		13	8	8	28
開園時期	85年以前	4	3	—	6
	86〜89年	2	3	4	9
	90年以降	7	2	4	13
年間入場者規模	30万人未満	3	3	3	9
	30万人〜100万人未満	5	3	3	11
	100万人以上	5	2	2	8
採算状況	採算ベースにのっている	8	4	5	17
	採算ベースにのっていない	5	4	3	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	1	2	2	5
	やや上回っている	3	1	4	8
	目標どおり	7	2	2	10
	やや下回っている	2	3	—	5

▲長崎オランダ村

られる。

・また、テーマ・パーク周辺に、集客に影響を及ぼすような観光・リゾート地やレジャー施設等が「ある」とするのは20施設（71・4%）である（うち、観光・リゾート地が「ある」のは13施設）。「ない」のは8施設（28・6%）。今後、こうしたテーマ・パークにあっては、既存の観光資源を活用した集客力の増強が課題の1つになるとみられる。

・次に、入場対象者層を絞っているかどうかについては、「絞り込んでいる」が12施設（42・9%）、「絞り込んでいない」が16施設（57・1%）と分かれている。「絞り込んでいる」場合の対象層としては「ファミリー」、すなわち家族連れをターゲットとしているものが多い（10施設）。

なお、年間入場者規模別にみて「100万人以上」を集めているテーマ・パークでは8施設中6施設が対象を「絞り込んでいない」としている。入場者層を年齢層、男女別等一定の層に絞ることは、そのパークのテーマ設定を容易にする反面、客層

4．対象の絞り込みの有無

（施設）

		絞り込んでいる	絞り込んでいない	合計
全体		12(42.9%)	16(57.1%)	28(100%)
開園時期	85年以前	1	5	6
	86～89年	3	6	9
	90年以降	8	5	13
年間入場者規模	30万人未満	4	5	9
	30万人～100万人未満	6	5	11
	100万人以上	2	6	8
採算状況	採算ベースにのっている	8	9	17
	採算ベースにのっていない	4	7	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	3	2	5
	やや上回っている	2	6	8
	目標どおり	5	5	10
	やや下回っている	2	3	5

4―1．絞り込んでいる場合の具体的対象（複数回答）

（施設）

		ファミリー	カップル	団体	観光客	女性	子供	若者	大人	高齢者	合計
全体		10	4	3	3	3	2	4	2	1	12
開園時期	85年以前	1	—	1	1	—	—	—	—	—	1
	86～89年	3	1	—	—	1	2	1	—	—	3
	90年以降	6	3	2	2	2	—	3	2	1	8
年間入場者規模	30万人未満	3	2	—	1	1	1	1	1	1	4
	30万人～100万人未満	5	1	2	2	2	1	1	1	—	6
	100万人以上	2	1	1	—	—	—	2	—	—	2
採算状況	採算ベースにのっている	7	1	2	3	1	1	1	1	1	8
	採算ベースにのっていない	3	3	1	—	2	1	3	1	—	4
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	3	2	2	1	—	1	2	—	—	3
	やや上回っている	1	1	1	—	1	—	1	1	—	2
	目標どおり	4	—	—	1	1	1	1	1	—	5
	やや下回っている	2	1	—	1	1	—	—	—	1	2

（対象：入場者の対象を「絞り込んでいる」12施設）

5．外部プロデューサーへの依頼の有無

（施設）

		依頼している	以前依頼していた	特にしていない	合計
全体		3(10.7%)	8(28.6%)	17(60.7%)	28(100%)
開園時期	85年以前	—	—	6	6
	86～89年	—	4	5	9
	90年以降	3	4	6	13
年間入場者規模	30万人未満	2	4	3	9
	30万人～100万人未満	1	3	7	11
	100万人以上	—	1	7	8
採算状況	採算ベースにのっている	2	3	12	17
	採算ベースにのっていない	1	5	5	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	2	3	5
	やや上回っている	—	2	6	8
	目標どおり	1	2	7	10
	やや下回っている	2	2	1	5

6．目標入場者達成状況

（施設）

		目標を大幅に上回っている	目標をやや上回っている	目標どおり	目標をやや下回っている	合計
全体		5(17.9%)	8(28.6%)	10(35.7%)	5(17.9%)	28(100%)
開園時期	85年以前	1	1	3	1	6
	86～89年	2	4	2	1	9
	90年以降	2	3	5	3	13
年間入場者規模	30万人未満	1	4	1	3	9
	30万人～100万人未満	3	3	3	2	11
	100万人以上	1	1	6	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	3	6	7	1	17
	採算ベースにのっていない	2	2	3	4	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	5	—	—	—	5
	やや上回っている	—	8	—	—	8
	目標どおり	—	—	10	—	10
	やや下回っている	—	—	—	5	5

を限定し、大量の集客を難しくする〝両刃の剣〟的要素があり、入場者層の設定については多面的な検討が必要となろう。

2、テーマ・パークの運営状況と地元との調和等

・年間入場者数については、概ね順調で、「目標を上回っている」が全体の46・5%にあたる13施設(うち、「大幅に上回っている」は5施設)で、「目標どうり」が10施設(35・7%)となっている。これに対し、「目標をやや下回っている」は5施設(17・9%)。

年間入場者数が「目標を上回っている」ないし「目標どうり」となっている主たる理由としては(3項目選択)、「非日常性が演出されている」(12施設)、「立地条件が良い」(11施設)「宣伝、広告が効果的である」(9施設)などがある。とくに、年間入場者数が目標を「大幅に上回っている」とする5施設では4施設が「立地条件が良い」をあげている。

なお、「立地条件が良い」の具体的内容は、「交通アクセスが良い」、「周辺に集客施設がある」

7．入場者数が「目標どおり・目標を上回った」理由（3項目選択）

（施設）

		立地条件が良い	アトラクションが充実している	非日常性の演出がされている	魅力あるキャラクターをもっている	リピーター対策ができている	団体客確保ができている	宣伝・広告が効果的である	サービスが充実している	その他	無回答	合計
全体		11	2	12	6	2	5	9	8	3	2	23
開園時期	85年以前	3	—	3	1	—	2	2	—	1	—	5
	86～89年	3	1	2	3	2	2	3	4	1	1	8
	90年以降	5	1	7	2	—	1	4	4	1	1	10
年間入場者規模	30万人未満	3	—	3	2	1	3	3	3	—	—	6
	30万人～100万人未満	4	2	3	1	1	1	3	2	1	2	9
	100万人以上	4	0	6	3	—	1	3	3	2	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	7	1	8	4	2	5	6	4	1	2	16
	採算ベースにのっていない	4	1	4	2	—	—	3	4	2	—	7
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	—	1	—	—	1	3	2	1	—	5
	やや上回っている	4	2	6	2	1	3	5	1	—	—	8
	目標どおり	3	—	5	4	1	1	1	4	2	2	10
	やや下回っている	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

7—1．「立地条件が良い」とする場合の具体的内容（複数回答）

（施設）

		交通アクセスが良い	商圏内の人口集積が高い	周辺に集客施設等がある	自然環境が良い	合計
全体		8	3	5	4	11
開園時期	85年以前	1	1	3	—	3
	86～89年	2	—	—	3	3
	90年以降	5	2	2	1	5
年間入場者規模	30万人未満	2	—	—	2	3
	30万人～100万人未満	4	1	2	2	4
	100万人以上	2	2	3	—	4
採算状況	採算ベースにのっている	5	2	4	1	7
	採算ベースにのっていない	3	1	1	3	4
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	1	1	3	4
	やや上回っている	2	1	2	1	4
	目標どおり	2	1	2	—	3
	やや下回っている	—	—	—	—	—

（対象：「立地条件が良い」と答えた11施設）

8．入場者数が「目標を下回った」理由（3項目選択）

（施

		立地条件(交通アクセス)が悪い	アトラクションが充実していない	魅力あるキャラクターをもっていない	リピーター対策ができていない	団体客確保ができていない	宣伝・広告がうまくいっていない	その他	合
全体		2	1	2	1	1	3	1	5
開園時期	85年以前	—	—	1	—	—	—	—	1
	86～89年	1	—	—	1	—	1	—	1
	90年以降	1	1	1	—	1	2	1	3
年間入場者規模	30万人未満	2	1	1	1	1	3	—	3
	30万人～100万人未満	—	—	1	—	—	—	1	2
	100万人以上	—	—	—	—	—	—	—	—
採算状況	採算ベースにのっている	1	—	1	—	—	1	—	1
	採算ベースにのっていない	1	1	1	1	1	2	1	4
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	—	—	—	—	—	—	—
	やや上回っている	—	—	—	—	—	—	—	—
	目標どおり	—	—	—	—	—	—	—	—
	やや下回っている	2	1	2	1	1	3	1	5

（対象：入場者が「目標を下回った」 5 施

など。

・テーマ・パークの建設・運営にあたっての主要なポイントである「非日常性の演出」のために重要的に取り組んでいる事項としては（2項目選択）、「テーマの設定をあげるものが16施設（57・1％）でもっとも多く、「ハードの充実」が14施設（50・0％）で続いている。これら以外では、「アトラクションの充実」（8施設）、「従業員教育の徹底」（7施設）が比較的多い。とくに、開園時期が最近になるほど「テーマの設定」を重要視するものが多い。

・採算性については、17施設（60・7％）が「採算ベースにのっている」と答えており、「採算ベースにのっていない」とするのは11施設（39・3％）。

年間入場者数の達成状況別にみると、入場者数が「目標を上回っている」とする13施設のうち9施設は「採算ベースにのっている」としているものの、残る4施設は「採算ベースにのっていない」と答えている。このように、年間入場者数が目標どおり達成されたからといっ

9．非日常性演出のための重点項目（2項目選択）

（施設）

		立地場所の選定	テーマの選定	テーマ外のものの徹底排除	ハードの充実	アトラクションの充実	従業員数の徹底	何も行っていない	合　計
全　体		3	16	2	14	8	7	2	28
開園時期	85年以前	—	2	1	3	2	3	—	6
	86～89年	1	5	1	3	4	2	1	9
	90年以降	2	9	—	8	2	2	1	13
年間入場者規模	30万人未満	1	6	1	4	2	3	—	9
	30万人～100万人未満	2	6	—	4	4	1	2	11
	100万人以上	—	4	1	6	2	3	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	2	10	2	7	5	5	1	17
	採算ベースにのっていない	1	6	—	7	3	2	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	1	—	2	1	2	2	5
	やや上回っている	1	8	1	3	2	1	—	8
	目標どおり	1	4	1	7	3	4	—	10
	やや下回っている	1	3	—	2	2	—	—	5

10．採算状況

（施設）

		採算ベースにのっている	採算ベースにのっていない	合　計
全　体		17(60.7%)	11(39.3%)	28(100%)
開園時期	85年以前	4	2	6
	86～89年	5	4	9
	90年以降	8	5	13
年間入場者規模	30万人未満	5	4	9
	30万人～100万人未満	7	4	11
	100万人以上	5	3	8
採算状況	採算ベースにのっている	17	—	17
	採算ベースにのっていない	—	11	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	3	2	5
	やや上回っている	6	2	8
	目標どおり	7	3	10
	やや下回っている	1	4	5

11．物品販売への対応

（施設）

		とくに物販に力を入れてない	物販の拡大に取組んでいる	物販が大きな収入源になっている	合　計
全　体		2 (7.1%)	11(39.3%)	15(53.6%)	28(100%)
開園時期	85年以前	1	1	4	6
	86～89年	1	5	3	9
	90年以降	—	5	8	13
年間入場者規模	30万人未満	1	6	2	9
	30万人～100万人未満	1	4	6	11
	100万人以上	—	1	7	8
採算状況	採算ベースにのっている	1	6	10	17
	採算ベースにのっていない	1	5	5	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	1	2	2	5
	やや上回っている	—	5	3	8
	目標どおり	—	2	8	10
	やや下回っている	1	2	2	5

▲サンリオ・ピューロランド

て、すべてが採算性を確保しているという訳ではない。

・また、物品販売への対応としては、15施設（53・9％）が「すでに物販が大きな収入源となっている」としているほか、11施設（39・3％）が「現在はそれ程の売上ではないが、物販の拡大に取組んでいる」と答えており、ほとんどのテーマ・パークが物販を売上増加の一つの柱として位置づけている。とくに、「採算ベースにのっている」と答えるものでは17施設中10施設が「物販が大きな収入源になっている。」としている。

これに対し、「入場者の確保に全力をあげている段階だ。今のところ物販に特に力をいれてはいない」は2施設（7・1％）。

・次に、テーマ・パークの建設にあたっての地元地域への貢献、調和であるが、28施設中1施設を除く27施設（96・4％）が「考慮した」としている。具体的には、「地元住民の就業機会の確保」（20施設）、「資材等の地元業者への発注」および「地元業者の入居・地元産品の販売」（ともに14施設）などである。

12．地元地域への貢献・調和

（施設）

		考慮した	考慮していない	合　計
全　体		27(96.4%)	1(3.6%)	28(100%)
開園時期	85年以前	5	1	6
	86～89年	9	−	9
	90年以降	13	−	13
年間入場者規模	30万人未満	9	−	9
	30万～100万人未満	10	1	11
	100万人以上	8	−	8
採算状況	採算ベースにのっている	17	−	17
	採算ベースにのっていない	10	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	5	−	5
	やや上回っている	8	−	8
	目標どおり	10	−	10
	やや下回っている	4	1	5

12-1．地元地域へ貢献等の具体的内容（複数回答）

（施設）

		地元住民の就職機会の確保	資材等の地元事業者への発注	地元業者の入居、地元産品の販売	開園時刻等周辺住民の意向尊重	その他	合　計
全　体		20	14	14	5	8	27
開園時期	85年以前	4	3	2	2	2	5
	86～89年	5	5	4	—	1	9
	90年以降	11	6	8	3	5	13
年間入場者規模	30万人未満	4	3	5	—	2	9
	30万人～100万人未満	9	5	5	1	2	10
	100万人以上	7	6	4	4	4	8
採算状況	採算ベースにのっている	13	9	8	3	4	17
	採算ベースにのっていない	7	5	6	2	4	10
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	1	1	—	2	5
	やや上回っている	5	5	6	1	—	8
	目標どおり	8	6	4	3	4	10
	やや下回っている	3	2	3	1	2	4

（対象：地元地域への貢献等を「考慮した」27施設）

13．テーマパーク建設にあたっての地元自治体の対応

（施設）

		協力的だった	特に協力的だったと思わない	無回答	合　計
全　体		23(82.1%)	4(14.3%)	1(3.6%)	28(100%)
開園時期	85年以前	5	1	—	6
	86～89年	6	2	1	9
	90年以降	12	1	—	13
年間入場者規模	30万人未満	6	2	1	9
	30万人～100万人未満	10	1	—	11
	100万人以上	7	1	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	13	4	—	17
	採算ベースにのっていない	10	—	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	5	—	—	5
	やや上回っている	5	2	1	8
	目標どおり	8	2	—	10
	やや下回っている	5	—	—	5

13-1．地元自治体の具体的協力内容（複数回答）

（施設）

		出　資	用地確保	特別融資等	交通アクセス整備	その他	合　計
全　体		13	15	4	11	7	23
開園時期	85年以前	1	2	−	2	2	5
	86～89年	3	5	−	1	1	6
	90年以降	9	8	4	8	4	12
年間入場者規模	30万人未満	5	5	2	3	2	6
	30万～100万人未満	5	7	1	6	1	10
	100万人以上	3	3	1	2	4	7
採算状況	採算ベースにのっている	8	9	3	6	1	13
	採算ベースにのっていない	5	6	1	5	6	10
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	5	1	1	−	5
	やや上回っている	3	4	1	3	−	5
	目標どおり	3	3	1	3	4	8
	やや下回っている	3	3	1	4	3	5

・他方、テーマ・パーク建設に際しての地元自治体の対応については、「協力的であった」とするものが23施設（82・1%）で、「特に協力的であったとは思わない」は4施設（14・3%）にとどまっている。地元自治体の具体的な協力内容としては、「用地の確保」（15施設）、「出資」（13施設）、「交通アクセスの整備」（11施設）などがある。とくに開園時期が最近になるほど地元自治体の協力も多岐にわたっており、「特別融資、地方税の減免措置の実施」等もみられる。

・こうしたテーマ・パークの建設によって、地元地域に何らかの波及効果が「あった」とみるのは25施設（89・3%）で、「特にない」は2施設（7・1%）と少ない。「あった」とする場合の具体的内容としては、ほとんどが「地域のイメージアップ」（21施設）をあげ、ついで「道路などインフラ整備の進捗」（11施設）、「地元商店街の売上増」（7施設）などがある。

3、テーマ・パーク運営をめぐる課題と今後の対応

・各テーマ・パークが当面の課

14．テーマパーク建設による地元地域への波及効果

（施設）

		あった	特にない	無回答	合計
全体		25（89.3%）	2（7.1%）	1（3.6%）	28（100%）
開園時期	85年以前	6	—	—	6
	86～89年	7	2	—	9
	90年以降	12	—	1	13
年間入場者規模	30万人未満	7	2	—	9
	30万人～100万人未満	10	—	1	11
	100万人以上	8	—	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	15	1	1	17
	採算ベースにのっていない	10	1	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	—	1	5
	やや上回っている	7	1	—	8
	目標どおり	10	—	—	10
	やや下回っている	4	1	—	5

14－1．地元地域へ波及効果の具体的内容（複数回答）

（施設）

		地域のイメージアップ	地元商店街等の売上増	ホテル・商業施設等の整備促進	インフラ整備促進	その他	合計
全体		21	7	3	11	5	25
開園時期	85年以前	4	1	1	2	2	6
	86～89年	6	3	1	2	1	7
	90年以降	11	3	1	7	2	12
年間入場者規模	30万人未満	7	2	—	3	—	7
	30万人～100万人未満	8	3	1	5	2	10
	100万人以上	6	2	2	3	3	8
採算状況	採算ベースにのっている	13	3	3	5	2	15
	採算ベースにのっていない	8	4	—	6	3	10
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	3	—	2	—	4
	やや上回っている	7	2	1	3	—	7
	目標どおり	7	—	2	2	4	10
	やや下回っている	3	2	—	4	1	4

（対象：地元地域への波及効果が「あった」25施設）

15．当面の課題（3項目選択）

（施設）

		非日常性の演出	交通アクセスの改善	施設のリニューアル	エンターテイナーの確保	従業員・アルバイトの確保	アトラクションの充実	キャラクターの創出・浸透	リピーターの確保	団体客の確保	宣伝・広告の充実	ウィークデー対策	オフシーズン対策	その他	合計
全体		5	8	4	1	9	8	3	10	9	9	9	8	1	28
開園時期	85年以前	—	2	2	—	3	2	—	3	1	1	2	2	—	6
	86～89年	3	1	2	—	2	2	1	5	4	1	3	3	—	9
	90年以降	2	5	—	1	4	4	2	2	4	7	4	3	1	13
年間入場者規模	30万人未満	2	2	1	1	1	3	1	5	2	5	2	2	—	9
	30万人～100万人未満	3	2	1	—	6	2	2	3	4	4	3	3	—	11
	100万人以上	—	4	2	—	2	3	—	2	3	—	4	3	1	8
採算状況	採算ベースにのっている	4	6	3	1	4	2	1	7	6	6	6	5	—	17
	採算ベースにのっていない	1	2	1	—	5	6	2	3	3	3	3	3	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	2	1	—	—	3	2	2	—	1	1	3	—	—	5
	やや上回っている	2	2	1	—	3	—	—	4	2	4	1	5	—	8
	目標どおり	1	3	3	—	1	3	—	4	5	1	5	3	1	10
	やや下回っている	—	2	—	1	2	3	1	2	1	3	—	—	—	5

題（3項目選択）としているのは、「リピーターの確保」（10施設）および「従業員・アルバイトの確保」、「団体客の確保」、「宣伝・広告の充実」、「ウィークデー対策」（いずれも9施設ずつ）などである。これに対し、今後対応が必要になると思われる課題（3項目選択）としては、「オフシーズン対策」（15施設）と「施設のリニューアル」（13施設）をあげるものが多く、「リピーターの確保」（8施設）、「交通アクセスの改善」（7施設）が続いている。

・テーマ・パークの運営にあたって大きな課題となっているリピーター確保に向けてほとんどが対応策を講じている。すなわち、28施設中26施設（92・9％）が「意識して行っている」とし、「とくに意識していない」は2施設（7・1％）。具体的な対策としては（複数回答）、「季節ごとのイベント実施」がもっとも多く（22施設）、「来場者へのサービス徹底」（11施設）、「リニューアル（施設・アトラクション等）の実施」（7施設）が続いている。

16．今後の課題（3項目選択）

（施設）

		非日常性の演出	交通アクセスの改善	施設のリニューアル	エンターテイナーの確保	従業員・アルバイトの確保	アトラクションの充実	キャラクターの創出・浸透	対象の絞り込み	リピーターの確保	団体客の確保	宣伝・広告の充実	ウィークデー対策	オフシーズン対策	その他	合計
全体		4	7	13	1	3	7	4	2	8	6	4	7	15	1	28
開園時期	85年以前	—	2	2	1	2	1	1	—	1	1	1	2	3	—	6
	86〜89年	3	4	1	—	—	2	1	1	1	2	3	4	4	1	9
	90年以降	1	1	10	—	1	4	2	1	6	3	—	1	8	—	13
年間入場者規模	30万人未満	2	2	4	—	1	3	2	1	—	3	2	3	4	—	9
	30万人〜100万人未満	2	4	4	—	—	3	1	1	4	3	1	3	6	1	11
	100万人以上	—	1	5	1	2	1	1	—	4	—	1	1	5	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	3	3	7	—	3	4	2	2	6	4	2	4	10	—	17
	採算ベースにのっていない	1	4	6	1	—	3	2	—	2	2	2	3	5	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	1	1	—	—	1	—	—	2	2	—	2	5	1	5
	やや上回っている	3	1	5	—	—	4	1	1	4	—	1	1	3	—	8
	目標どおり	1	3	4	1	2	1	2	1	2	2	2	2	5	—	10
	やや下回っている	—	2	3	—	1	1	1	—	—	2	1	2	2	—	5

17．リピーター確保のための対策

（施設）

		意識して行っている	特に意識していない	合計
全体		26（92.9％）	2（7.1％）	28（100％）
開園時期	85年以前	6	—	6
	86〜89年	7	2	9
	90年以降	13	—	13
年間入場者規模	30万人未満	8	1	9
	30万人〜100万人未満	10	1	11
	100万人以上	8	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	17	0	17
	採算ベースにのっていない	9	2	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	1	5
	やや上回っている	7	1	8
	目標どおり	10	—	10
	やや下回っている	5	—	5

17−1．具体的対策（複数回答）

（施設）

		季節ごとにイベント開催	リニューアルの実施	来場者へのサービス徹底	その他	合計
全体		22	7	11	2	26
開園時期	85年以前	5	3	2	—	6
	86〜89年	6	—	4	—	7
	90年以降	11	4	5	2	13
年間入場者規模	30万人未満	7	1	3	—	8
	30万人〜100万人未満	8	2	4	1	10
	100万人以上	7	4	4	1	8
採算状況	採算ベースにのっている	13	5	9	—	17
	採算ベースにのっていない	9	2	2	2	9
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	4	—	2	—	4
	やや上回っている	6	2	3	—	7
	目標どおり	7	5	4	1	10
	やや下回っている	5	—	2	1	5

（対象：リピーター対策を「行っている」26社）

・次に、施設のリニューアルについては、「計画中」が13施設（46・4%）、「すでに行った」が10施設（35・7%）で、「行う予定はない」は3施設（10・7%）と少ない。また、施設の望ましいリニューアル間隔としては、「3〜5年」が10施設、「2年ごと」が6施設、「1年ごと」が3施設となっている。

さらに、こうした期間ごとにリニューアルを行うのに何らかの障害が「ある」とするのは12施設（42・9%）で、「特にない」は13施設（46・4%）である。「ある」場合の障害としては、「スペースに余地がない」、「資金確保が難しい」など。

・最後に、他地域への展開については、「特に考えてない」が15施設（53・6%）と半数強だが、「すでに他地域でも展開している」と「現在は行っていないが将来的にはありうる」もともに6施設（21・4%）づつみられる。当然のことながら、「採算ベースにのっている」とする施設において、「すでに他地域でも展開中」ないし「将来的にはありうる」との回答割合が高い。

18. リニューアル実施の有無

（施設）

		すでに行った	計画中	行う予定はない	無回答	合計
全体		10(35.7%)	13(46.4%)	3(10.7%)	2(7.1%)	28
開園時期	85年以前	2	4	—	—	6
	86〜89年	3	3	2	1	9
	90年以降	5	6	1	1	13
年間入場者規模	30万人未満	2	5	1	1	9
	30万人〜100万人未満	5	3	2	1	11
	100万人以上	3	5	—	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	7	8	1	1	17
	採算ベースにのっていない	3	5	2	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	1	2	2	—	5
	やや上回っている	4	3	—	1	8
	目標どおり	5	5	—	—	10
	やや下回っている	—	3	1	1	5

19. 必要と思われるリニューアルの実施間隔

（施設）

		1年ごと	2年ごと	3年〜5年	その他	特に必要ない	無回答	合計
全体		3(10.7%)	6(21.4%)	10(35.7%)	5(17.9%)	1(3.6%)	3(10.7%)	28
開園時期	85年以前	2	—	2	2	—	—	6
	86〜89年	1	2	2	1	1	2	9
	90年以降	—	4	6	2	—	1	13
年間入場者規模	30万人未満	—	1	5	1	—	2	9
	30万人〜100万人未満	1	4	3	1	1	1	11
	100万人以上	2	1	2	3	—	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	3	6	4	3	—	1	17
	採算ベースにのっていない	—	—	6	2	1	2	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	—	3	1	1	—	5
	やや上回っている	2	1	2	1	—	2	8
	目標どおり	1	5	1	3	—	—	10
	やや下回っている	—	—	4	—	—	1	5

（対象：リピーター対策を「行っている」26社）

20. リニューアルを行う際の障害の有無

（施設）

		ない	ある	無回答	合計
全体		13(46.4%)	12(42.9%)	3(10.7%)	28(100%)
開園時期	85年以前	3	3	—	6
	86〜89年	5	3	1	9
	90年以降	5	6	2	13
年間入場者規模	30万人未満	1	7	1	9
	30万人〜100万人未満	7	2	2	11
	100万人以上	5	3	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	11	4	2	17
	採算ベースにのっていない	2	8	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	3	1	1	5
	やや上回っている	3	4	1	8
	目標どおり	7	3	—	10
	やや下回っている	—	4	1	5

20-1. リニューアル実施にあたっての具体的障害内容（複数回答）

（施設）

		資金確保が難しい	スペースに余地がない	合計
全体		7	8	12
開園時期	85年以前	2	1	3
	86〜89年	2	3	3
	90年以降	3	4	6
年間入場者規模	30万人未満	4	5	7
	30万人〜100万人未満	2	1	2
	100万人以上	1	2	3
採算状況	採算ベースにのっている	1	3	4
	採算ベースにのっていない	6	5	8
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	—	1	1
	やや上回っている	2	4	4
	目標どおり	1	2	3
	やや下回っている	4	1	4

（対象：リニューアルに障害が「ある」12施設

4、まとめ

・地域活性化戦略の1つとして、テーマ・パークに寄せる期待は大きい。現に、今回の調査でも、テーマ・パークの設置によって、「地域のイメージがアップした」、「道路等インフラの設備が進んだ」等地域社会に好影響があったと多くが答えている。地元自治体サイドにあっても、「用地の確保」、「交通アクセスの整備」、「資金調達」などの面で支援措置を講じているケースが少なくない。

・各テーマ・パークにあっても、大半が当初の目標入場者数を達成しており、とくに「立地条件」に恵まれ、「非日常の演出」に取り組んでいる施設では当初目標を上回る入場者を確保している。

とはいえ、テーマ・パーク事業で「採算ベースにのっている」のは全体の6割であり、必ずしも目標入場者数の達成が採算性の確保に結びついていない。

・今後とも目標どおり、ないしそれ以上の入場者を確保し、事業を採算ベースにのせていくため、各施設とも、「リピーターの確保」、「ウィークデー対策」、「オフシーズン対策」、「施設のリニューアル」等が課題となっている。また、入場収入等に比べ利益率が高いといわれている「物販の拡大」も重要な経営戦略の1つとなっている。

・いずれにせよ、採算性の維持・確保なくしてテーマ・パークの発展は望むべくもない。そのためには、テーマ・パークの命であるテーマの首尾一貫性、非日常性の演出等に工夫を凝らし、他のテーマ・パークとの差別化に努めることが不可欠といえよう。あわせて、既存の観光資源の活用による相乗効果の発揮、地域全体の一層の魅力づくり等に向けて、文字どおり地域と一体となった取組みが必要となろう。

▲グリュック王国

21．他地域への展開状況）

（施設）

		すでに他地域へ展開している	将来的にはありえる	考えていない	無回答	合計
全体		6(21.4%)	6(21.4%)	15(53.6%)	1(3.6%)	28(100%)
開園時期	85年以前	2	—	4	—	6
	86～89年	2	2	4	1	9
	90年以降	2	4	7	—	13
年間入場者規模	30万人未満	1	2	5	1	9
	30万人～100万人未満	4	3	4	—	11
	100万人以上	1	1	6	—	8
採算状況	採算ベースにのっている	6	4	7	—	17
	採算ベースにのっていない	—	2	8	1	11
目標入場者達成状況	大幅に上回っている	1	—	4	—	5
	やや上回っている	2	1	4	1	8
	目標どおり	3	3	4	—	10
	やや下回っている	—	2	3	—	5

（対象：リピーター対策を「行っている」26社）

トップインタビュー

顧客のニーズに合った、きめ細い対応で企画・開発に全力を投入して行く宮坂芳男社長（㈱太陽自動機）に聞く

㈱太陽自動機代表取締役

宮坂芳男 氏

今回は、子供用メダルゲームを中心にユニークな開発力でもって、独自の展開を続け、今年20年目を迎えた㈱太陽自動機の宮坂芳男社長に登場願い、新しいコンセプトのメダルゲーム「トップシューティング」の開発意図や今後の展開等について、メダルゲームを中心にお話を伺った。

――AOUエキスポでの「トップシューティング」（3月中旬から発売）の反響は如何がでしたか。

宮坂 自分で評価を言うのはあまり好きではありませんが、シグマさん（総発売元）からの報告によりますと、AOUエキスポが終わった時点で既に200台位の受注があったということで、すべり出し順調のようです。

　私のところにも大勢のオペレーターの方々から、色々電話で励ましの言葉や発売時期等についての問合せが入りました。皆さんゲームの内容よりは、シューティングゲームをメダル機構にしたという方法に驚いたということです。

――アイディアは社長自らとお聞きしましたが、開発に至る経緯や開発コンセプトについては。

宮坂 昨年、子供用メダルゲーム以外の新しい展開として、大人向けメダルゲーム「ラウンドスロット」を発表しました。お蔭さまで高い評価を得て、ロケーションでの売上も順調に推移しています。「トップシューティング」は、新展開の中での第2弾ということです。従来のメダルゲームの考えを一掃した全く新しいものです。

――それはどう言う事ですか。

宮坂 メダルゲームについては、私はこれまで所詮「ギャンブル機」という評価の中でこだわりやストレスがありました。丁度、私が20年前にAM業界に参入した頃、ジュークボックスやフリッパー等と一緒にメダルゲームが日本に入って来ましたが、その後、ジュークボックスはレーザー仕様になり、更にカラオケと時代の流れの中で変わって来ております。他の機械も同様に色々と変遷して発展しております。しかし、メダルゲームは相変わらず「スロットマシン」に代表されるように、偶然性の醍醐味を追求する単純なものとの見方で、皆さんそういう目でしか見ていないわけです。

　最近では、家庭用TVゲームの普及によりゲーム人口が拡大され、新規顧客層、特にクレーンゲームブームによって飛躍的に女性顧客層が増えて来ております。一昔前では考えられない位にゲームセンター等が大きな変革を遂げて来ています。このような背景の中で、開発・製造する側もオペレートする側も、もっと豊かな発想で出来ないものか、年配の人でも女性でも気軽に楽しめるものは無いか、と考えたわけです。

　シューティングゲームは、単に銃で的を撃つだけですから誰でも気軽に出来ます。私が子供の頃、コルクの射的ゲームがあり、良く遊んだものです。「射的ゲーム」を「メダルゲーム」に置き変え、更に「ビデオゲーム」置き変えたら「トップシューティング」に想いが至り、ごく自然発生的にアイディアが浮んだわけです。

――「トップシューティング」の販売体制について、シグマさんとの関係は。

宮坂 「ラウンドスロット」の時もそうですが、販売に当ってはシグマさんに全面的に協力して頂いております。私共では今まで子供用を中心にやって来た関係で、大人向けのメダルゲームは長い歴史を持つ専門の会社にお任せした方がより良いと考えています。

　シグマさんとの関係は、単に総発売元ということだけでなく、ロケテストを通して色々とアドバイスをしてもらいます。なにしろシグマさんは20年以上にわたってメダルゲームに対するノウハウを蓄積しています。それをベースに最終的にチェックをしてもらい、私共で更に改良を加えてゲーム機が誕生するわけです。いうなれば新しい形での共同開発ですね。

――生産体制については。

宮坂 現在、都内、首都圏を中心に3ヵ所の協力工場と提携してお

ります。3年前までは私共でも製造ラインを持ちやっておりましたが、「ラウンドスロット」の開発の際に内部での製造は中止して、全て外部に依頼することにしました。エレメカの機械は簡単に量産出来ませんが、現在、フル稼動で1ライン月産100台〜150台の生産能力があります。

開発と製造を分離することで、それだけ開発に力を注ぐことが出来ます。ですから私共では企画・開発からプロトタイプのサンプル機械の製作までです。後は勿論オペレーターの方に満足して頂けるように、アフターケアーについては私共で万全の内部体制をとっています。

――メダルゲーム市場については。

宮坂　メダルゲームを設置するロケーションが増えており、機種の構成比でもウエイトが高くなっています。最近ではSCロケなどでも設置している所が目立ちますし、着実にメダルゲームの台数は増大しています。

これには色々な要因があると思いますが、健全で明るいロケーションの中でメダルゲームに対する一般の人々の抵抗感が無くなり、純粋に遊び感覚で捉えられて来たことが一番にあげられると思います。

それとロケーションのゴージャス化、大型化の中で、メダルゲームの持つファッション性と言いましょうか、ずらりと並んだ光景は華やかな雰囲気があります。マスゲーム等は大型店舗には、まず欠かせない機種の一つと言えるのではないでしょうか。また、ライフサイクルの長いこともあげられます。運営のノウハウさえしっかりしていれば坪効率も良く、一定の売上を維持できますし、収益の計算が立て易いと思います。

――社長は健全娯楽推進委員もなさっていますが、JAMMA基準については。

宮坂　一部の不健全なアウトサイダーと私共健全な業者等を区別するには効果があると思います。メダルゲームをJAMMAに登録することで機械にシールが貼られるわけです。責任の所在が明確になり、夫々自覚をもって製造、販売するようになります。とかく従来、グレイの部分で二股を掛けていた人達が居無くなると思います。

――今後の展開と方針については。

宮坂　子供用ゲーム機については、私共が一番得意とするところで、今後も続けてまいります。昨年、「ラウンドスロット」を発表した時が私共の子供用に対する発想の転換期だったのです。従来のスタイルやゲーム内容では、これからの子供たちには適応しなくなったのではないか、即ちもっときめの細かい付加価値の高い機械を提供しなくてはならないと考えたわけです。「トントンシリーズ」は3年間で7作発表しましたが、また新しいシリーズで夏までに新作を発表します。例えば、男の子用、女の子用に分けるなど、将来的には夫々の年齢層に応じた、きめの細かい対応も考えています。

それと今後は、私共ではメダルゲームを含めて幅広いゲーム機の企画・開発会社に徹して行こうと思っています。時代のトレンドを先取りして、常にプレイヤーのニーズに合った機械の開発を中心に進めて行きたいと考えています。子供用ゲーム機、大人用ゲーム機、省力機器の3本柱で展開して行きます。

――ところで社長の略歴や会社の概要を簡単にお聞かせ下さい。

宮坂　出身は東京・台東区根岸。昭和19年生れで満48歳になります。現在の会社を昭和46年に設立して満20年目になります。現在の資本金は2000万円、従業員は約30名。年商は今期（4月決算）約15億円ですが、来期は20％位のアップを目差して鋭意努力中です。

――最後にAM業界について一言。

宮坂　現在、AM業界は押し並べて好調に推移しています。将来を見ても余暇時間の増大の中で益々希望が持てる業界だと確信しております。

但し、現在、進行している大手資本による寡占化状況は、更に進むものと思います。競争激化のサバイバル時代に突入します。私共中・小の企業にとっては、大手の企業に出来ない部分で対応するしかありません。これは私の持論ですが、これからの中・小の企業は個性や特長を持った企画・開発や運営を心掛けて行かなくては生き残るのは難しいと思います。

例えば、小さな映画館でおしぼりを出す所があるんです。小規模ならではの特性を活かしたきめ細かいサービスです。小規模なロケーションではこのようなきめ細かいサービスが他店との差別化になります。大型店舗の進出をただ恐れていては何も出来ません。

今こそ、確固たる理念を持ち、個性ある企業が求められている時代では無いでしょうか。そうすれば、きっと大手資本と中・小資本の両輪でAM業界は益々発展して行くものと信じております。

――本日は有難うございました。

謹告

弊社制作のオリジナル商品「ストリートファイターII′(ダッシュ)」は国内販売と併せ、しかるべき正当な手続を経て海外各国への輸出販売も行っています。

従いまして、日本国内用途として弊社からご購入いただきました基板(及び専用筐体機)については、弊社の了解なしに、海外の第三者に販売することは出来ませんのでご注意下さい。

なお、これは「ストリートファイターII′(ダッシュ)」以降の弊社商品についても同様です。

平成四年四月

株式会社　カプコン

アクアレジャー情報

ウォーターパーク市場〔わが社はこう捉える〕

栗田工業㈱ ウォーターパークの開発から運営までを手がけ、「水を究める」

栗田工業㈱（高岡 清社長、本社東京）は、昭和39年豊島園に世界初の流れるプールを、42年東京サマーランドに日本初の造波プールをそれぞれ設置するなど中心事業である水処理の技術を活かし、レジャープールを黎明期から手がけてきたメーカーである。またカナダ、ホワイト・ウォーター社の日本代理店として各種ウォータースライダーを扱いレジャーアイテムの品揃えも豊富。現在年商1000億円のうち、ウォーターパーク事業の年商は30億円である。その同社でウォーターパークを担当する装置事業部アメニティグループ、三海正春氏に昨今のウォーターパーク事情と同社が最近強化しはじめたオペレーション等のソフト部分について話を聞いた。

▲栗田工業㈱装置事業部
アメニティグループ
営業部課長　三海正春氏

昨年のスライダー施工量は例年以上

——昨年のウォーターパーク市場の状況と今後の動向は。

三海　なんといっても神戸六甲のアオイア（ＡＯＩＡ）ですね。スライダーが50本、５０００mが一挙にあそこに入ったわけですから。５０００mといえば業界12社の約1年分の施工量です。ただ、昨年は全体で1万３０００m入りましたから、アオイアを除いても例年以上だったといえましょう。不況だといわれますが、こんな景気では身近な施設の方がよくなります。国内の身近な施設、例えば遊園地等で手短に済ませることが多くなったりするでしょうから決して見通しは悪くないでしょう。

——近隣の施設という場合、その商圏は。

三海　首都圏であれば25kmから50kmが集客範囲です。地方だと25kmから30kmと考えていい。車で約1時間の範囲内です。では近場の普通のレジャープールと少し遠い豊島園ではどちらを選択するかといえば、年令層でも異なりますが豊島園でしょう。距離よりも内容の魅力の方が出かける動機を決定づけますね。

——近頃オープンするウォーターパークはヤングアダルトを対象にする所が多いようですが。

三海　客単価を多く取れるということと、雰囲気作りにはこの層がよいからです。子供連れだと騒々しく高級感に欠けるんです。どこの施設もスライダーはある、流れるプールはあるとなると、イメージで差別化することになりますから、行くのがステータスになるような施設を目指すわけです。

——ではファミリー客はどこへ

行けばいいのですか。

三海　豊島園は、若者が集まる部分とファミリーが集まる部分が完全に分かれているんです。従ってどの層も幅広く集客するとなると、この「区分け」をいかに上手にやるかということがポイントになるわけです。豊島園はこの両方の客層を集客できているところが成功している理由です。

期待できる公営プールのリニューアル需要

——御社の場合、ウォーターパークの計画にあたって何からスタートするのでしょう。

三海　まず近隣の施設の調査から始めます。同じ商圏内に競合する施設がある場合、私どもでは同種のそれより良いものを作るよりも、コンセプトの異なる施設作りをプレゼンテーションします。客を奪い合うより、水で遊ぶ新しいニーズを与えてあげるわけです。商圏内の人口は限られているわけです。まずその規模に合わせた計画を建てなければなりません。沖縄の物件なのに、400万か500万人の後背地人口のある場所向けの、大規模な施設のプランがありました。これは100万足らずの人口しかいない沖縄ではペイしないんです。確かに沖縄はオープン期間が長いんです。でも逆に沖縄の方は真夏の昼にはプールに入りません。日焼けしすぎてしまうわけです。観光客もたくさん来ますが、それは青い海が目的なのですからわざわざプールでは泳ぎませんし。それをオーナー（地元資本）が知ってプランを破棄し、我々に打診が来ました。そこで我々のプランを提案しましたところ、その場で採用となりました。すばらしい施設計画でも、器にあったものを出さなければ絵に描いた餅なんです。

——かなり環境に制約されてしまうのですか。

三海　そうしないと事業として立ち行きません。けれど公営の市民プール等は例外です。なぜならそのプールを自治体が市民、県民のための福利厚生施設として捉えていますから。ただ、公営のプールといってもそういう性質の施設だけではなく、財政投資計画で公庫から費用を借りて作るプールもあります。このようなプールは採算を計算してきちんとやらなければいけません。国営昭和記念公園とか森林公園ウォーターパーク、福岡の海の中道海浜公園サンシャインプールがそうです。

——民間プールよりも今後はこういった公営プールの方が有望との声も聞きますが。

三海　特にウォータースライダーの方は公共プールに需要が期待できるでしょう。隣町のプールにはスライダーができた。ならウチのプールにも、という要請です。今の公営プールが続々できたのが昭和40年代から50年代にかけて。もちろん当時はウォータースライダーなどついてません。しかし最近できたプールには大抵ウォータースライダーはもちろん、流水プールまであって豪華になっています。当然既存のプールがリニューアルを考える。そこに大きな市場があるんです。そういう点ではスライダーの楽しさを公営のプールに浸透させたということで、兼松㈱さんの功績は大きかったと思いますね。

——流水プールは御社が世界で最初に開発したものだとか。

三海　流れるプールは豊島園が世界初の施設でした。ウォーターパークというと米国が進んでいるようですが、それはスライダーだけで流水プールはあまりないんです。89年にオープンした米国ディズニーランドのタイフーンラグーンの造波プールは砂を使っていることで知られていますが、私どもでは75年、千葉県の蓮沼海浜公園ウォーターガーデンで既に砂を使った造波プールを施工しています。あの時は米国から視察に来ていたようですね。だからこれも日本が先。ちなみに造波プールの歴史は圧倒的に欧州が長い。米国のウォーターパークの場合はスライダーを中心として発展し、付加価値を付けて差別化するアイテムとして流水や造波プールが導入されていったんです。だから日本とは丁度

▼辻堂ジャンボプール「アクアツイスト」

逆の展開。流水プールは私どもでパテントが抑えられなかったんですが、いまや国内では私でもいくつあるかわからない程増えました。

——公営のプールが豪華になると遊園地等のウォーターパークはどんな影響を受けますか。

三海　巨大化していきますね。違いをはっきりさせないと淘汰されますから。ただ、遊園地のウォーターパークの場合は複合施設で、多様な遊びができる点が強みです。また公営のプールの場合はあれをやってはダメ、これはダメと規制が厳しくてうるさい。のびのびとしにくいんです。つまり大きな差ができるのが運営法なのです。ハードに頼れない時代になってソフトが重要になってきたのです。

▲国営昭和記念国園レインボープール

ライフガード養成機関まである米国

——アイテムはほぼ同じでありながら、よみうりランドの「ＷＡＩ」を見てしまうとさすがの豊島園のプールも装飾や付帯施設で古さを感じてしまうのですが。

三海　でも以前から豊島園もナガシマスパーランドもトイレの床は水を流しっぱなしにして清潔さを保つ等運営面で工夫をしています。これからはスライダー等よりもプールサイド、トイレ、ロッカー室等、つまりプール環境の強化を考えないとダメでしょう。サーフィンができるとかスライダーが多いとかそんなことで競争するような時代ではないんです。例えばよみうりランド「ＷＡＩ」の有料席、あれは最高１万円です。あのようなものは公共施設ではできません。そういう雰囲気作り、付加価値を持たせる運営方法などで違いをアピールしていくわけです。もちろん水がきれいでないといけないのは大前提ですけど。

——実際に依頼を受けて運営しているウォーターパークもあるのですか。

▲西武園の造波プール

三海　私どもでは民間よりも官庁関係のウォーターパークが多いですね。特に公営プールではライフガードを確保するのが一苦労のようです。これを私どもの関連会社、東京水処理管理㈱等に担当させています。当初は機械のメンテを委託されたのですが、結局運営面すべてを任せられるようになったんです。

——今ライフガードの状況はどうなっているんでしょう。米国には遅れているようですが。

三海　私は日本建築センターの遊戯施設技術研究委員会のメンバーでして、昨年の12月に米国に調査に行ったんですが、向こうは水難救助を理論的に体系づけてますね。それが日本はまだ出来ていない。例えば米国は大抵プールサイドに酸素ボンベが置いてあります。救命隊員が駆けつけるまでの応急処置をそれで行なう。ところが日本はほとんどこれを置いてない。

——救助に対する意識の違いでしょうか。

三海　私どもでは専門のライフガードの方々と契約しておりまして、アルバイトに教育してもらっています。また、先頃私どもの社員をライフガードの研修で米国に派遣しました。米国にエリッセント・アソシエーションという民間のライフガード養成機関がありまして、そこで受講させたんです。これは米国のほとんどの州政府がその講習会のライセンスを奨励しているほど信頼されています。ウエッテンワイルドでオレンジ色の救助棒を持ったライフガードがいますけど、あれがエリッセント・アソシエーションの人間です。あの棒がトレードマークになっているんです。

——ウォーターパークだけを対象とした団体が成り立つんですか。

三海　米国の場合は保険会社がそういう団体をバックアップしているという背景があるんです。ＷＷＡ（ワールド・ウォーターパー

ク・アソシエーション）もそうです。そういう団体が日本でいうウォータースライダー工業会のような活動をしているんです。米国はウォーターパークに限らず運行管理等のマニュアルがしっかりしているかどうかを契約先の保険会社がチェックして、その度合いによって契約料金を決めます。当然ずさんなところは運営できません。

プリペイドカードも費用対効果で"もぎり"に軍配

――オペレーション方法にはパラディッソのようなブレスレット方式やよみうりランドWAIのプリペイドカード方式等があります。何がよいのでしょう。

▲辻堂海浜公園ジャンボプール、水上遊戯施設「アクアツイスト」と流水プール

三海　民間のウォーターパークの課題は、キャッシュレスでいかにお金を遣いやすい状態にしてやるかということ。プリペイドカードの場合はあらかじめ一定額のカードを購入して払戻も加算も可能、というシステムですが加算するには結局現金を持ち歩かないといけない。余分に購入するにしても初めて利用する人や子供客は5000円以上のカードには手を出しにくいという問題があります。

――パラディッソは全て後払いですね。

三海　パラディッソや健康ランドのような室内施設の場合、靴を担保として押えてある。だからあのような料金後払いが可能なのです。野外のプールはそれができない。もう一つの問題は、屋外のプールの場合、プリペイドカードのようなシステムを導入しても費用対効果が出ないんです。コンピューターのソフトやハードの費用は、夏の2カ月だけではペイしません。ただ、付帯施設がある場合は別です。他の施設にも転用すればいいわけですから。将来多くの施設で導入されてるようになれば導入費用も低くなってさらに広まると思いますが、結局もぎりに落ち着いているのが現状。他に何かないか模索中というところですね。

――最後に、今年オープンするプールはどんなものがありますか。

三海　長野県の上田市民プールに造波プールとスライダーを納入しました。おもしろいところでは、神奈川県袖ヶ浦に児童公園の中に小さなプールを作りました。ここの特徴はシーズンオフは水を抜いて児童公園の一部として使えること。つまりその場所はフルシーズン活用できるわけです。こういう種類のプールは今までなかったと思います。それからこれは来年オープンしますが、名古屋の日光川のウォーターパークの造波装置を受注しました。最高1mの波が発生しますから、公営のプールとしては最大級になります。

――公営のプールといっても民間のウォーターパークと遜色ないものが増えましたから、遊園地のウォーターパークもうかうかしていられませんね。今日はどうもありがとうございました。

■KALTAPS（クリタアクアレジャートータルアドバンス&プロデュースシステム）

STEP(1)　開発のための調査
STEP(2)　調査に基づく立案
STEP(3)　計画に基づく設計・施工
STEP(4)　完成後のフォロー

引合い → 基本構想 → 基本設計 → 実施案の決定 → 実施設計 → 施　工 → オープン → 運　営

基本構想：調査・分析（立地・市場・実態）、需要推計・予測、開発基本方針、土地利用・施設計画、一般概要図面、超概算積算
基本設計：計画書、計画図面、収支計算、概算積算
実施案の決定：ボーリング・測量、詳細図面、最適設計、詳細積算
適用法令：●都市計画法 ●建築基準法 ●消防法 ●プール条例
施工：施工計画
オープン：維持管理計画
運営：アフターサービス、運転管理

イベント開催でオフをのり切るルネスかなざわ

"心と体の保養地"を基本コンセプトに誕生したルネスかなざわ（経営高山物産、高山正一社長、本社京都）は今年オープンから5年目を迎える。毎年入れ込み客を10％ずつ増やすことに成功、順調な推移を示しているが、この原動力となったのがディスコパーティやキャラクターショー等のイベント開催。単に施設にハードを増設するだけでなく、滞在期間中に何を提供できるかを追求した成果だ。施設内容や環境に制約された中で、スケールは小さいながらイベントというオフシーズン対策の最良の策を見つけたようである。

雪景色の中泳げるのが魅力 予想外に家族客の集客に成功

プール、クア施設、飲食の3本柱を主軸にルネスかなざわは昭和62年のオープン以来、この4年間を展開してきた。中心施設である面積2826mのプール棟（ウォーターガーデン）には造波プール、野外のプールとつながる流水プール、シンクロナイズドスイミング用プール、子供用プール、円形プール、野外25mプール（5コース）など9つのプールがあり、さらにウォータースライダー3基が設置されている。ちなみに造波プールとウォータースライダーは㈱日本アルミの製品。

この他クア施設が集積された「スパーガーデン」、飲食店と宴会場のある「グルメガーデン」で構成されている。温水はガス・コ・ジェネレーションシステムを用いた熱交換で作りだし、全電力の98％を自家発電でまかなっている。ルネス全体の敷地面積は10万㎡、総事業費として120億円が投じられている。

24時間営業で、ウォータースライダーや機能性プールを持つクアとしては国内で前例がなく、オープン時は評判となった。何といってもアピールしたのは雪を見ながら温水プールに浸かって泳げるということ。しかし当初ゆったりとくつろぐリラクゼーション施設として利用されることを想定していたルネスであったが、「利用客は若者から上の層だと思っていたのに、こんなに子供たちがくるとは思わなかった」（ルネスかなざわ企画・宣伝課高田勝氏）と予想外の客層まで取り込むことになった。

結果的にファミリー客が30％、友人グループ50％、カップル10％、一人客4％、その他6％と幅広い層に利用される人気施設となっている。もちろん金沢駅から車で5分というアクセスの良さも手伝った。初年度の入場者は42万800 0人。オープン当時はクア施設という概念がまだ浸透しておらず、やはりレジャープールとして認識されていたようだ。

このあたりは札幌テルメと同じ経緯を辿っている。なお札幌テルメはルネスかなざわの一年後にオープンしており、ほぼコンセプトが同一で商圏の異なる両施設はオープン当初から現在まで互いに情報交換を行なっている。「アクアリゾート」というジャンルを国内に定着させることに両施設は相当腐心しているようだ。●

▼「ルネスかなざわ」正面入口

●24時間営業、年中無休

	〈3時間コース〉			〈1日コース〉	
	一般	団体	3時間オーバー料金	一般	団体
大人	2,000	1,700	1,000	3,000	2,700
小人	1,000	700	400	1,400	1,100

但し、シーズン期間中は以下の料金。
※3時間コース（大人2,500円・小人1,200円）
※1日コース（大人3,500円・小人1,600円）
（入場料はすべて内税。）

「動があって静が生きる」イベント開催で入込み10%増

ルネスかなざわはこの4年の間、宿泊ロッジ、レーシングカート（89年）、テニスコート、25mプール、ゲーム場拡張、カラオケボックス（90年）、ゴルフ練習場（91年）と施設を増設した。しかし、くつろぎの場にしてはいささか騒がしくなってきたともいえる。

「当初は落ち着いた雰囲気を大事にしていましたが、逆に動があって静が生きるものだと考え、積極的にイベント等も採り入れました」（高田氏）。その結果、2年目の入れ込みは47万人、3年目は50万3000人、55万人。毎年ほぼ10%ずつ増やすことにつながった。

クアだから、リゾート施設だからと、ことさらアクアリゾートにこだわらず、柔軟な発想で運営を行ってきた。そしてこのイベントが確実に顧客を増やしていった。ターゲットとしていたのはルネスに一度も来たことがない人たちである。

「イベントを行なえば、ルネスに興味の無い人でも来てもらえるはずと考えました。ここは健康ランドではなく、アクアリゾートなのだということを見てもらうためです」（高田氏）

確かにルネスをまだ知らない人たちを誘引するためには、却って水と関係ないことをやった方が効果的だろう。事実、現在人気のある『ルネス恋愛大作戦』というイベントには1日1000人が集まる。これはテレビで人気の恋人さがし番組を一般参加用のイベントにアレンジしたもの。今までクア施設とは無縁だった女性がこれで特に多く集まっている。

「同性3人が一組で申し込んで参加できるんですが、男女比率は女性6の男性4。もともと若い女性にアプローチしたつもりですからうまくいったと思います。くつろぎの場だけではなく、〝出会い、コミュニケーションの場〟としてアピールできました」（高田氏）

ルネスかなざわはオープン当初他店サウナから流れている顧客が多く、大人にはお風呂施設、子供にはレジャープールという固定観念をもたれていたようだ。しかしこれらイベントの成功で若者を、特に若い女性を中心に展開していく方向の正さが証明できた。

もちろんイベントの開催は冬季来場者のテコ入れとなった。やはり冬場に泳げるとはいっても、夏休み期間12万人に対して冬休みは3万5000人、春休みは3万人と依然格差は大きい。水と戯れるというコンセプトだけで、冬場を持ちこたえることは難しいわけだ。

ルネスに行けばくつろげるだけでなく、出会いやコミュニケーションがあると、別な期待感をもたせることができたのである。

スイミングスクールを開校 家族客と若者客を時間別に集客

2年目からは小さな子供を対象にスイミングスクールを開校した。若い女性をメインターゲットとすることを明確にしながら、それとは一見矛盾するような方策。だが、親子連れの練習生は昼、ヤングアダルトは夕方から夜にかけてと、両者は利用時間帯が異なり棲み分けはうまくいっている。互いにあまりクロスしないならイメージを損なうことなく展開できるわけである。

こういったスポーツ施設としての一面を強化することは他にも行なっている。90年に競泳用の5コース25mプールを屋外に設置したのだ。これもくつろぎの場であるルネスに、なぜ競泳プールという疑問が浮かぶ。

「お客様の中で、『何メートル泳いだのか計れず、運動量の目安がわからない』『泳ぎ足りない』とい

▼ウォーターパークガーデン。室温は28度に保たれている。

った声があがるようになりました。それに室内プールは子供たちが多く、大人向けの落ちついた雰囲気のあるプールが求められていたという面もあります」（高田氏）

夏場と違って、いわゆるオフシーズンはルネスをフィットネス施設として捉える顧客が多い。この声に応えるためあえて公営プール然とした方形プールの設置に踏み切った。これはスイミングスクールにも活用されており、もちろんオールシーズン使える温水プールとして昼夜利用されている。

ルネスはクア主体からアクティブな日本型のアクアリゾートに変貌しているといえるだろう。

現代の若者に20年後に来てもらう施設作りを目指す

「私どもはルネスを一つの街であると捉えています。この〝ルネスタウン〟で何を楽しんでもらうかとなると、どう演出するかが重要。施設（ハード）を頼りにはできません。中年から上の人たちは健康ランドを利用しますが、現代の若者が10年後、20年後に今の健康ランドに行くでしょうか。私は違うと思います。現代の感性をもった人たちに末永く利用してもらうための魅力が必要なのです。私たちはそれくらい長い視野でルネスの運営を考えています」（高田氏）

ルネスかなざわは、現在の敷地と道路を挟んだ隣に第二期工事を進める。まだどんな施設を作り、何をやるのかは公表できないようだが、施設が拡大すると全国展開を押し進め、滞在型を強化することになろう。現在宿泊施設は全46室、2棟のロッジのみ。300名足らずの収容機能しかない。一時利用型から長期滞在型の施設へと変貌していくならば、一層滞在期間に何を提供するかが重要になる。オフシーズンの集客を図るあまり、場合によっては今のウォーターパークガーデンが脇役に回るような、主客転倒も起こりかねない。アクアリゾートとしてスタートしたルネスかなざわが、このバランスをどうやってとっていくのか。札幌テルメと同様に、フルシーズン営業の「ウォーターパーク」（この言葉も実態と当てはまりにくくなってきた）は施設の限界を打ち破るために付帯施設を強化する形で発展すると思われる。

ルネスかなざわは、この施設の増設に加え今まで培ってきたイベント等のソフトを絡ませ、アクアレジャーにその名のとおりルネッサンスをもたらしえるか、その答えは2期工事の内容にすべてがかかっているといえるだろう。

▲屋外プール

■利用商圏

金沢市内 50％
金沢を除く県内、富山県、福井県 30％（A）
A以外の中部、北陸 10％
京阪神 5％
その他 5％

■オープンから昨年までの推移

年	入場者数	売上げ
1988	428,000人	15億5,000万円
1989	470,000人	16億5,000万円
1990	503,000人	19億5,000万円
1991	550,000人	23億円

（目盛：0　10　20　30　40　50　60）

世界最大の室内型ウォーターパーク宮崎に出現

●開閉式ドーム『オーシャンパーク』

世界最大のドーム型ウォーターパークがオープンするということで注目されていた、宮崎市のフェニックスリゾート計画の詳細が明らかになった。

このリゾートは宮崎市北東部の一ツ葉海岸沿い約８００ヘクタールを使って来年夏誕生する『シーガイヤ』。地元資本のフェニックスリゾート㈱（佐藤棟良社長、本社宮崎市）が事業主体である。目玉のウォーターパーク施設の他、ホテル、コンドミニアム、ゴルフコース等のオープンも予定されており、日南海岸リゾート構想の重点整備地区に指定されている。

ウォーターパークの名称は『オーシャンドーム』。設計、建設は三菱重工（相川賢太郎社長、本社東京）が受注した。工事は3期に分けられ、ウォーターパークは来年の第一期工事でお目見えする。

このウォーターパークの最大の特徴は、ドームが開閉できる全天候型の室内施設ということ。ドームは半円筒型で高さ38m、面積は３万m²、建築面積３万６２９１m²。夏は外光を採り入れ、雨天時や冬季は閉じられて真冬でも利用できる。日本最大であることはもちろん、世界最大級の室内型ウォーターパークである。

ドーム内は造波プールを挟んで左右に『ラバーズヒルゾーン』と『バリハイゾーン』に分けられており、それぞれアミューズメント施設が配されている。ラバーズヒルゾーンはサーフィンが可能な最高２・５ｍの波が発生する造波プール「フェニックスオーシャン」が中心。このプールの造波装置は国内初登場の真空チャンバー方式を採用している（三菱重工製）。水を持ち上げて落とすという点ではダムブレーク方式と同じだが、サーフィンをする際に側面の壁に添って波に乗るダムブレーク式と違って真空チャンバー方式は海岸に向かって乗ることができるので、サーファーがプレイし易いという利点がある。そして運転の操作によって中央に波を寄せて水の山をつくったり、左右から波をぶつけてダイヤ型の波をつくることも可能である。

浮き輪に乗ってスライダーを滑降するおなじみの「川下りスライダー」3基も設置。その地下には、１１７座席の劇場型「シミュレーションシアター」と水着、着衣者共に楽しめるダークライドスタイルの「ウォーターライド」が配されている。

シミュレーションシアターは70mm映写システムで、6軸駆動。水着客も利用してもらえるよう、着衣者にあまり見られないように動線を工夫する予定である。ちなみに上映する映像は米国ＩＬＭ社製。

ウォーターライドは6人乗りライドが全長２１５ｍの水路を通過する際に様々なトラップが仕掛けられているというもの。所要時間は6分。

バリハイゾーンには、滝やシャワーのカーテンが配された一周約１９０ｍの『流れるプール』、擬岩や山の造形物を滑る2基の『ボディスライダー』、水面に固定されたボートに乗って映し出される映像の世界を疑似的に体験する『急流下りシミュレーター』等がある。

これらの総工費には４００億円を投入する。ドームの収容人数は１万２０００人。オープン初年度２５０万人の入場を見込んでいる。

◀「オーシャンドーム」内部

不景気な時こそ、手軽なレジャーの真価を発揮！

●ゴールデン・ウィークを迎えるに当って考える……山縣宗夫

異常天候と不況の波がダブルパンチ

今年は桜の開花宣言が早く出た。しかし、その後日本列島を襲った寒波のせいで、度々変更するほど3月、4月の天候は異常の連続。

昔から〝暑さ寒さも彼岸まで〟の例えがあるが、3月20日の春分の日（春の彼岸の中日）を過ぎても異常に寒い日が続き、一旦仕舞った冬のコートをまた引っ張り出す始末だった。

今年は元旦から晴天に恵まれ、各地の遊園地やAM施設にとって幸先の良いスタートが切れたと思ったらこの異常天候。どうやら、このところの景気の沈滞ムードを象徴しているかのようである。

昨年バブルが崩壊して、さしもの好景気を誇っていた日本経済も下降線を辿る状況となったが、このところの急激な下降振りは、先行きの景気に暗い陰りを投げかけている。

朝日新聞社が全国の主要企業100社（製造業53社、非製造業47社）を対象に景気の動向についてアンケート調査を行なった集計結果が、3月29日付朝刊で報じられていたが、景気の先行きに対する各企業の見方は厳しい。調査結果によると、各企業の経営者の判断は、前々回、前回の91年3月、同11月に実施した調査に比べると著しく暗転している。91年3月調査では「緩やかに拡大」が全体の40％を占めていたが、91年11月調査では2％に急減、今回の調査ではゼロになった。逆に、「悪化している」と回答した経営者は、前々回は居なかったのに対し、前回は15％になり、今回の調査では、「悪化している」が79％（製造業39％、非製造業40％）、「急速に悪化している」が16％（製造業10％、非製造業6％）、計95％と急増し、景気の先行き不安は一段と深刻化している。

政府としては、これまで景気の先行き不安を解消すべく、公定歩合の再三の引き下げや公共投資の拡大等の施策を講じて来ているが、今回の調査で見る限り、一向に不安が解消されていない。このため、更に景気てこ入れのための政府の緊急経済対策が施される。それによると92年度の公共事業を前倒しして75％を上半期に契約するほか、省力化や労働時間短縮を促進するために政府系金融機関の融資枠を拡大するなどとなっている。

不況下のGWを迎えてAM業界の各施設は

このような状況下で、今年はゴールデンウィーク（GW）を迎える。昨年は祝日の前後の曜日の関係でみどりの日（4月29日）の前半部分3日間、憲法記念日（5月3日）の後半部分4日間に分れ、連休の谷間の3日間を休日にすると、実に10連休の大型休暇となった。今年はみどりの日が水曜のため、週休2日制の企業でも中2日間を休日にしても7連休と昨年に比べて縮少される。

昨年のGW期間中の全国の行楽地への人出は7000万人（警察庁発表）と史上最高を記録した。

また湾岸戦争や地方統一選挙の影響から、海外旅行等が大幅に減少するなど、大型レジャーに替って近くの行楽地へ人出が集中。なかでも各地の遊園地やAM施設等は大勢の行楽客が詰めかけ、何処も大変な賑いを呈していた。

今年は果してどうだろうか。連休前に予想を立てて見るのも楽しいものである。

このところAM業界は、周囲の不況の風にもめげず好調に推移している。各地のAM施設は押し並べて好調と聞く。勿論、今後競争激化に伴い、企業間格差の増大化や大資本による寡占化状況は、更に一段と進むだろう。

AM業界の好調さには色々な要因があげられるが、今や日常の延長線上で身近な手軽なレジャーとして、地域社会に密着しながら確実に社会に定着して来た現れと思う。勿論、低廉な料金が大衆に支持され、身近さや手軽さを大きくアピールしている部分も見逃すことは出来ないだろう。

私は今年のゴールデンウィークは、天候に左右される部分はあるだろうが、不況下の中でも昨年と同様に、いやそれに増して各地のAM施設等は盛況に推移すると信じている。また、不況に強い産業と今まで言われて来たが、それを立証するチャンスかも知れない。

不況の中でもAM業界のリクルート活動は活発化

ところで最近のAM業界の新入社員の採用状況は、不況下と求人難時代の中で活発化している。大手企業等では、新卒者を数百人単位で大量に採用しているところもある位である。勿論、大手企業と中・小企業とでは格差があり、中・小企業にとっては、学卒者の採用に苦労しているところもある。

一昔前までは考えられなかったことである。若者の価値観が変化して来たことや余暇、個性重視の風潮が、AM業界を魅力ある業界として捉えているからだろう。

ここに労働省がまとめた、中・小企業のための「新規学卒者の労働観・余暇観」（平成元年9月）の資料の中で参考になる部分を紹介しておこう。

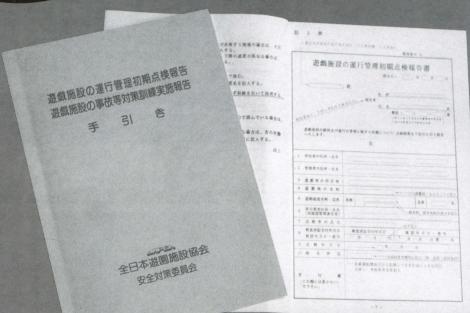
調査は東京、大阪、愛知の「大学」「短大・高専」「高校」の在学生のうち就職を予定している5550人（大学生1600人、短大・高専1660人、高校2290人）を対象にアンケート調査し、4560人（回答率82・2％）より回答を得たもの。

①働く目的は＝男子は「生活重視」派（6割）、女子は「自己実現」派（7割）が優位②「やりがい」か「気楽さ」か＝7割が「やりがいがある仕事を希望」③会社のために自分の生活を犠牲にするか＝9割近くが否定④仕事か余暇か＝9割以上が仕事と余暇の「両立」派⑤収入か自由時間か＝3人に2人は「自由時間志向」派⑥仕事は「きつく短く」か「長くてものんびり」か＝3人に2人は、「仕事がきつくても労働時間は短い」ことを希望⑦日本人は働き過ぎか＝3人に2人が肯定⑧労働時間の短縮の方法は＝8割以上が1日の労働時間短縮よりも休日増を希望⑨週休2日制を重視するか＝就職を決定する際、8割が週休2日制を重視⑩残業についてはどのように考えているか＝6割は「手当がもらえるから残業をやっても良い」のちゃっかり派⑪就職後の休日の過ごし方は＝ドライブ・ハンキング・旅行（7割）、スポーツ（3割）など、積極的余暇活動派が多数。

全体的に良識的な回答が多いのに驚いたが、現代若者気質が現れており、なんと言っても余暇志向が強い内容となっている。

AM業界は社会的に定着して来ている現在、今後益々増大して来るこれ等の余暇志向に如何に対応して行くか、その責任は重い。

遊戯施設の
『運行管理初期点検報告』
『事故等対策訓練実施報告』
手　引　き

報告書作成には業界人必携!!

B５版22P

頒布価格

1冊：500円（送料別）

〔但し、会員特別価格：1冊300円（送料無料）、関係団体価格：1冊400円（送料別）で一般売りとは別です〕

お問合せ先

全日本遊園施設協会（JAPEA）

本　　部：〒150 東京都渋谷区渋谷1-10-3 スタープラザ青山1002号
電話03(3498)4767 FAX03(3498)0544

関西支部：〒556 大阪市浪速区難波中3-4-40南大阪ビル
電話06 (647)1623 FAX06 (646)1051

日・米3協会のコミュニケーションを更に緊密化で合意！

ACMEショー（3月15日〜17日）中に JAMMA・AAMA・AMOAの3協会会長懇談会を催す

3月15日〜17日、米国テキサス州サンアントニオで開催されたACMEショー（アメリカン・コイン・マシン・エキスポジション）の開催期間中に、日・米の小型AM業界（コイン・オプ業界）の協会会長が一堂に会し、懇談会を催した。今回の懇談会は、昨年9月13日、AMOAエキスポ開催中に催された日・米サミット会談に続いて2回目。

3月16日、㈳日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）、中村雅哉会長、アメリカン・アミューズメント・マシン・アソシエーション（AAMA）ビル・リケット会長、アミューズメント&ミュージック・オペレーターズ・アソシエーション（AMOA）ジーン・ウルソー会長の3氏が会談を行ない、日・米小型AM業界が直面している諸問題や業界をより良くするための方法等について話し合った。

同会談では、依然として後を断たないコピー問題について、国際的な視野から3協会が連携をとりながら取り組んで行く点を確認。

また、今後3協会のコミュニケーションを更に緊密にして行くために、3協会が夫々毎年実施しているトレードショーの際に合同会議を開催することで合意した。

なお、次回の会談は、8月27日〜29日、日本コンベンションセンター（幕張メッセ）にて開催されるJAMMAショー開催期間中に催される予定である。

▼左からJAMMA中村会長、AAMAリケット会長、AMOAウルソー会長。

会費基準改訂の最終案まとまる

●JAPEA第59回理事会開催

(日時)
4月9日午後2時より
(場所)
協会本部事務局(東京)
(出席)
理事14名(うち委任状出席3名)
監事2名
(会議内容)
●次期総会関連事項について
(1)平成3年度事業報告案
標記の件について事務局より総会、理事会、各種委員会、関係諸団体への参加活動等の順に詳細な説明がなされ、一部追加項目が加わり原案通り全会一致で承認となった。

(2)平成3年度決算報告案
標記の件についても事務局より決算報告及び剰余金処分案の順に説明がなされた。特に収支計算書については、予算と大幅に相違している項目について詳細な説明がなされ、検討の結果、原案通り全会一致で承認となった。なお、本理事会には監事による監査が間に合わなかったため、後日監事から正副会長に監査報告について連絡することで了承された。
(3)役員改選について
本理事会では、最終的に現行役員体制で総会に望む点が確認された。なお、これに関して、鬼頭理事の理事就任について保留となっていたが、山田会長が打診した結果、就任要請があれば役員として留まるとの了解を得た旨が報告された。また、平賀副会長(三精輸送機㈱)から、同社の役員人事異動(本誌スポット参照)に伴ない、退任することになったのでこの際、副会長を辞退したいとの発言がなされ、後任として若園理事(㈱サノヤス・ヒシノ明昌)を推せんしたいとの提案がなされた。検討の結果、本理事会としては平賀副会長の辞任を了承するとともに、若園理事の副会長就任を全会一致で承認した。なお、平賀氏の退任に伴い、追って三精輸送機㈱から後任の理事について届出がなされることになっている。
(4)平成4年度事業計画案
前年度を踏襲した内容で了承された(詳細は省略)。
(5)平成4年度収支予算案
標記の件については、今年度JAPEAでは、会費基準改訂が行なわれることから、後述の会費改訂案に伴う会費収入に基づき、改めて最終的の収支予算案を作成、総会に上程することになった。なお、JAPEAでは、現在、社団法人化に向けて検討を重ねているが、予算計上の際に基金を充実させて行くことになり、金額等については、正副会長に一任となった。
(6)第12回総会スケジュール
標記の件が事務局より報告され、総会の日時、場所等が最終的に次のように決定した。
●JAPEA第12回総会
日時・平成4年6月4日㈭午後3時(時間は予定)より
場所・ホテル九重(静岡県浜松市舘山寺町)
なお、当日は午後2時より、理事会を開催予定。また、翌日の6月5日㈮はゴルフコンペ(浜松シーサイドゴルフクラブ)やAM施設等の視察等も併せて行なう予定。
●委員会報告について
(1)会費基準改訂委員会
最終的な会費基準改訂案が本理事会に提示され、平賀委員長より説明・報告がなされた結果、原案通り承認となった。これにより直ちに全会員に入会規程・会費基準の新旧対照表を添えて新会費口数についての了承を願う文書を発送し、了解を得た上、第12回総会に上程することとした。
同改訂案によると、年会費につ

▲JAPEA第59回理事会。

いては1口15万円とし、正会員は1口以上、また賛助会員は1口、外国法人は1000ドルとなっている。会費基準の会員の口数については、営業売上、生産・販売売上の調査結果に基づき同委員会で検討を重ねて決定したものとなっており、正会員56社198口、賛助会員4社4口の合計202口（現行158口）。なお、現行の会費が1口12万円から15万円に引き上げられることから、会費の収入が約3030万円となり大幅な収入増が見込まれる。

(2)安全対策委員会

事務局より、2月13日、4月8日に同委員会を催して、「機種別維持運行管理」の作成について引き続いて検討を行なった旨が報告され了承された。

(3)渉外委員会

㈶日本昇降機安全センター主催の「遊戯施設の運行管理者、運転者等を対象とする講習会」に関する規程及び細則がこのたび改正され、事務局より改正の要点が報告され了承された。大きな改正点は、対象者について、従来の運行管理者等が運行管理者、運転者等と新たに明文化された他、講習課程において講習科目が大幅に削減され、時間も大幅に短縮された。また、受講資格も3年以上の経験が大幅に緩和され、単に実務の経験を有する者に改められた。受講料も現行2万円から1万円に引き下げられた。

これに関連して、同センターが実施している「昇降機の検査資格者講習会」における、受講の有資格年数が長過ぎるとの意見が現出、時代に即応した資格年数に改定してもらうべく、JAPEAとしてはNAPAと連携をとりながら、同センターに申し入れ等を行なって行くことになった。

●その他

(1)関西支部の業務委託について

現在、JAPEA関西支部については、会員会社の㈱ジェイ・アール・イー（能美政彦社長）に業務委託をしているが、同社から業務内容が多過ぎて、現行体制では遂行できないので検討してもらいたい旨の要請がなされたため、本理事会で検討がなされた。

その結果、現行の委託費40万円を70万円に引き上げると共に、一部業務内容を軽減することで、再度、同社と業務委託について折衝を行なっていくことになった。

(2)中国・四国ブロック昇降機検査協議会からの通知について

同協議会より遊戯施設の定期報告業務について、JAPEAとの業務分担を変更したいとの通知があった旨事務局より報告され、了承された。

第30回AMショー、コンシューマー機器等は出展社の自由意思で出展可能

●第2回AMショー委員会開催

(日時)

3月31日午後3時より

(場所)

サンケイ会館（東京・大手町）

(出席)

ショー委員15名（うち委任状出席1名、代理出席3名）、ショー監事2名

(会議内容)

●第30回AMショー実施計画について

第30回AMショーは8月27日～29日の3日間（最終日29日は一般に公開するパブリックショー）、幕張メッセにおいて開催されるが、先に開催されたショー実行委員会において決定した答申内容について、本ショー委員会で検討された。

答申内容（前号協会ニュースで報告済みなので省略）については、ほぼ原案通りで実施することになったが、2、3の項目について疑義が現出したため検討がなされ、以

▲ＪＡＭＭＡ第２回ショー委員会。

下の通り決定した。

⑴招待券（有料分）と一般入場券について

答申案によると招待券の有料分は1枚500円、一般入場券は1枚2000円となっている。これについて、出席委員より、一般へのPRを主眼としたパブリックショーの性格から、一般入場券の料金はもっと安価に押えるべきとの意見が現出したため検討されたが、賛成多数で答申案通りで実施することに決定した。

⑵記念品の贈呈について

AMショー30周年に合わせて、団扇等を製作することになっていたが検討の結果、今年度は見送ることになった。

⑶コンシューマー機器等の出展について

前回ショー委員会（1月28日）でコンシューマー機器等の出展は中止することになっていたが、本ショー委員会で改めて本件について検討された。

一番問題となった点は、会場が今年度は幕張メッセの3スパーン（約2万250㎡＝従来の会場の約2倍強）を使用するため、果して予算上から推して3スパーンに見合う出展小間申込みがあるか否かである。もともと3スパーンの会場使用については、コンシューマー機器等の出展を前提に捉えていたこともあり、様々な意見が現出した。

そこで、中山委員より緊急動議が提示された。中山案によると、「この際、妥協案として出展については、出展社の自由意思に委ねたらどうか」との意見である。

本ショー委員会で検討の結果、緊急動議の採決をとって、その上で改めて対応を図ることになり、10分間の休憩をはさんで賛否が図られた。その結果、賛成多数で緊急動議が採択され、今年度はコンシューマー機器等の出展が可能となった。

●●●●●

以上でショー委員会の審議事項は終了し、その他の事項で①次回理事会の開催日時、②役員改選の方法等について検討された。

①については、次回理事会の日時は4月21日に決定。②については、従来通り立候補制による選挙方法がとられることになった。なお、立候補者は所信表明も併せて提出することになっている。

定価、OP、価格表示の統一についての各社の事情を聞く

●第30回マーケティング部会

（日時）
4月9日午後1時30分より

（場所）
商工会館・6G会議室（霞が関）

（出席）
菱川部会長はじめ11社、13名

（会議内容）
菱川部会長が開会の挨拶を行なった後所用で退席し、副部会長の相田進氏（㈱トーゴ）と今井中氏（㈱コナミ）も所用で欠席のため、代わって㈱コナミの岸野弘氏とJAMMA専務理事日南香氏が司会進行を務めた。

初めに、今回の議題である価格設定の実情について、「OP価格と定価で取引上混乱があるので、統一した方がという声もある」と日南氏から挨拶があり、各社の実情を披露することとなった。

各社から現状で価格表示を行なっている様々な理由が報告されたが、概して定価の他に8掛けでOP価格も設定して対応しているとの話だった。

この問題が取り上げられる背景となったのは、最近他業界から新規参入者が増えたことにあるとし、統一した方が良いのか否かを話し合った。結局、業界の長い歴史に培われたものであり、各社のポリシーなのであるから、無理に統一などせず現状でもよいのではないかという意見に落ち着いた。

この議題が済んだ後は、情報交換に移り、各社から新製品の発売スケジュールが報告された。

その後日南氏から8月に開催されるアミューズメントマシンショーについて決定事項が発表された。それによれば、会期である27日、28日、29日のうち、27、28日は一

▲第30回マーケティング部会。

般入場者を締め出し、完全なトレードショーとすること、29日は入場料２００円で一般開放を行なうこと、出展者に対する入場券の割当は１コマ30枚が無料、有料分は１枚５００円で30枚まで。恒例のパーティーは28日にショー会場のそばにある幕張プリンスホテルで開催されるとのことだった。

以上で今回の部会は終了、散会となった。

JAMMA健全娯楽届済証発行枚数（3月分）は4720枚

●平成4年3月1日～3月31日分

平成4年3月分の機械の届出件数（メダルゲーム機等）と事前審査のための申請件数（卑猥等と見られる機械等）及び健全娯楽届済証発行枚数が、事務局より次のように発表された。

（届出件数及び発行枚数）

3月分／39件、４６２０枚

（申請件数及び発行枚数）

3月分／2件、２００枚（新規）

〃　　3件、３００枚（追加）

(注)新規申請の2件は修正後承認。また、申請による発行枚数のうち4件４００枚は届出による発行枚数と重複。

AOU

(社)全日本アミューズメント施設営業者協会連合会

OAO、暴力団対策法の理解促進のため大阪府警の協力のもとにセミナーを実施。

●3月15日、大阪森の宮の府立青少年会館で

大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会（梅原靖三会長、事務局大阪、略称ＯＡＯ）では、3月15日午後1時30分より大阪森の宮の府立青少年会館本館4階第8会議室において「暴力団対策法セミナー」を開催した。このセミナーは昨年5月に「暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律」（暴力団対策法）が国会で成立し、今年3月1日より施行されたことから、同法律の理解を深めて当局の取締りに協力できる体制をつくろうとの趣旨で開催された。

講師として招いたのは、大阪府警察本部刑事課捜査第4課の暴力団対策指導官・坪井正義警視、および同防犯部保安第一課の課長補佐・川城清憲警部のお二人。出席は当初予定の60人を大幅にオーバーして75名が聴講した。

同セミナーでは、最初にＯＡＯの梅原会長が挨拶を行なった。これに続いて坪井警視の講演が行なわれた。

坪井警視は、まず広域暴力団の最近の全国制覇ぶりから説明を始めた。そして暴力団の資金源として大きなウエイトを占めているのが「民事介入暴力事件」いわゆる「民暴」であることを実例をあげながら説明した。

すなわち、民暴の代表的な例といえば2～3年前に頻発した「地上げ」である。また最近では株式市場進出など経済取引にも積極的に介入しており、暴力団は日々知能暴力化してきている。このような中で、一般市民が民事介入暴力事件に巻き込まれた場合、これまで警察はそれに付随する不法行為に対して取締りを行なってきたが、

▲セミナー会場風景。

▲講演する坪井警視。

▲講演する川城警部。

不法行為がない場合には民事不介入の原則があったために十分な措置が取れなかったというのが実態だった。この状態を改善して暴力団を封圧するために制定されたのが今回の暴力団対策法である。

この法律によれば、公安委員会が指定した「指定暴力団」または「指定暴力団連合」の組員が同法で定める暴力的要求行為（口止め料やショバ代要求など11項目）を行なった場合、それが脅迫罪や恐喝罪などの「犯罪」にならない程度のものでも、警察は中止命令や再発防止命令を出すことができ、これに従わない場合は検挙することもできる。この他同法には、暴力団同士の対立抗争時には組事務所の使用制限ができるといった近隣の住民への迷惑行為の禁止条項なども盛り込まれている。

ただし、これらの前提として、暴力団を法律に基づき「指定」することが必要とされる。そのため現在、公安委員会でその作業を進めつつあるわけだが、この「指定暴力団」あるいは「指定暴力団連合」の最初の指定は5〜6月頃になる予定である。それまでの間は、新設した府警本部の暴力団対策課と外郭団体である暴力追放推進センターが一般からの相談を受け付ける形で対応していく。

以上のような新法の概要と警察の暴力団への対応方などを説明した坪井警視は、このほか暴力団の実態として、その成立ち、内部組織の特徴、抗争の歴史などを博識な知識と経験に基づいて語った。坪井警視の話は非常に興味深い内容で、約2時間の間、出席者の耳目を終始引き付け続けていた。

この後、川城警部が業界により密着した形の講演を行なった。

同警部は、8号営業の管理者講習会場におけるアンケート調査の結果として、61名のうち暴力団から金を要求された経験を持つ人は8名、うち実際に金を支払った人が2名いたことを発表、しかし、警察としても暴力団の撲滅には本気で取り組んでいくため、今後このような要求は断乎排除してほしいと語った。そして、これに関連したこととして、暴力団とは手を切る、関係しないという決意を意志表示する宣言をしていただければありがたいと思う、と協力を要請した。この他、機械賭博は暴力団の関係しているケースが多く、店や客が検挙されても彼らは捕まらないなど、違法営業をしても決して得にはならないことなども強調。「ともかく暴力団撲滅のために皆さんの手をかして欲しい」と要請した。

本セミナーは、最後にOAOの峯副会長が2人の講師に謝辞を述べ、午後4時に終了した。

なお、OAOでは大阪府警本部監修の暴力団対策法解説ビデオ「暴力団を壊滅するために！」を実費頒布している。VHSで1本3000円。購入希望者はOAO事務局（TEL06―263―1381）まで直接どうぞ。

▲頒布中の暴力団対策法解説ビデオ。

山口県健全娯楽業協会、会長には萩田雅重氏（宇部観光㈱）が就任

●第7回通常総会開催

山口県健全娯楽業協会（事務局山口県宇部市）では、3月19日、「防長青年館」において、第7回通常総会を開催。当日は来賓に県警防犯部少年課警部佐野和男氏、同保安部保安課警部補星尾康治氏、山口県企画部婦人青少年課主幹中村邦光氏の3氏を迎え、協会員11名が出席した。

同総会は萩田会長の挨拶で始まった。萩田会長は、「業界の社会的地位を向上させなくてはならない」と前置きし、青少年健全育成への自主的な努力、未加入業者の積極的な加入促進、不当競争の自粛等の必要性を強く訴えた。そして最後に「長い目で見たAM業界を健全な形で発展させて行きたい」と結んだ。

続けて来賓挨拶として、佐野警部は「もっと組織化を進め、自主的に未加入業者が入会してもらえるような協会にしてもらいたい」、また、星尾警部補は「県内でもゲーム機賭博による違法営業が何件か

起きているので、協会でも健全営業を強力に推進してもらいたい」、最後に中村主幹は「是非、組織化を進めてもらい、『県民会議の青少年を守る』ステッカー等を使ってもらうなど協力して行きたい」、と語った。以上、挨拶が終わると議題の審議に入った。

平成3年度事業概況報告、同決算、監査報告及び剰余金処分案の承認、平成4年度事業計画案、同収支予算案の順に検討、審議された結果、いずれも原案通り全会一致でこれを承認、最後に役員改選が行なわれた。

役員改選では、会長には前会長の萩田正義氏が任期途中で初代会長の萩田雅重氏に交代しているため、本総会で正式に同氏を選任するとともに、副会長1名が交代して新副会長に北村公宏氏(㈱ナムコ)を選任した。それ以外の役員については現行通りで次の通り全役員が決定した。

〈役員一覧〉

会　長・萩田雅重氏(宇部観光㈱)
副会長・広川慎竹氏(㈱アミューズメントサービスオズ)
〃　　北村公宏氏(㈱ナムコ)＝㈱新
理　事・清水英仁氏(㈱セガ・エンタープライゼス)
〃　　広兼国雄氏(アイレム㈱)
〃　　渋谷寛氏(㈱タイトー)
監　事・山本徹生氏(宇部娯楽㈱)
〃　　西山尚氏(㈱ファミリーランド)

※㈱新以外はいずれも再任

▲第7回通常総会会場。

▲来賓として出席した、左より県警の佐野警部、同星尾警部補、県企画部の中村主幹の各氏。

オペレーター団体活動状況

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（AOU）	—	● 3月17日、RCC文化センター（広島市中区）において第12回広報委員会を開催。出席は平本委員長はじめ7名、事務局より森常務理事。主な会議内容は次の通り。 ①アンケート調査の集計結果が報告された他、資料の取扱いについて検討。今回のアンケート回収状況は、配布枚数15万枚のうち2万1,468枚（回収率14.3%）。②平成4年度AOUステッカーは、表示の色のみ変更し、デザイン等は前年と同様。③その他、AOUニュースの記事内容が検討された他、広報事業活動として有識者や著名人の懇談会の企画等も検討された。 ● 3月23日、メルパルク仙台（仙台市宮城野区）において、第6回研修委員会を開催。出席は佐久間委員長はじめ6名、事務局より森常務理事。主な会議内容は次の通り。 ①第3回通常総会に併せて、講演会を実施することになった。②「模範優良従業員表彰」について、平成4年度より実施することになり、対象者の継続勤務年数等の基準を決定した。なお、表彰対象者の申請期日は4月20日までとした。③第1回中国地区協議会・技術研修会（3月18日・19日）の結果内容が報告された（詳細は次号協会ニュースで報告する）。	●**新事務局長に荒井房義氏就任** 4月10日付で新事務局長に荒井氏が就任。同氏は北海道出身、昭和2年生の満64歳。青森県警察本部長など警察関係の要職を歴任。なお、第3回通常総会（6月11日開催予定）において、専務理事に就任する予定である。なお、荒井事務局長就任については、次号でインタビュー記事として掲載を予定。	—

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
北海道	北海道アミューズメント・オペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	● 5月に総会を開催する。内容は、決算報告、事業計画、役員改選、AOU全国大会の協力等について。	—
青森県	青森県アミューズメントオペレーター協会	● 4月22日、青森市内の教育会館において新年度総会を開催する予定。	—	—
岩手県	岩手県アミューズメントマシンオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
宮城県	宮城県アミューズメントマシンオペレーター協会	● 4月2日、午後12時より1時30分まで、仙台市内の勾当台会館において、臨時総会を開催した。参加者は10名。主な議事内容は、平成4年度の新規加入会員についての検討、3月11日に行なわれた仙台市内のロケーション視察会の結果報告など。	—	—

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
秋田県	秋田県アミューズメントマシン・オペレーター協議会	● 4月23日、午後12時から2時にかけて、秋田市内のみずほ苑において、11名参加で定例会を開催する予定。主な議事内容は、4月2日に行なわれたAOU東北協議会臨時総会の内容報告、県協議会の近況報告の他に、県警防犯課職員との顔合せも行なわれる予定。	―	―
山形県	山形県アミューズメントマシンオペレーター協会	● 3月26日、午後12時30分より、山形市内のレストラン「萬代」において第8回通常総会を行なった。6社の代表が出席。主な議事内容は、①活動内容報告、②収支決算報告、③次年度予算案、④次年度活動予定の協議など。	―	―
福島県	福島県アミューズメントマシン・オペレーター協会	● 4月24日、磐梯グランドホテルにおいて、5社が参加し、総会を開く予定。主な議事内容は、新役員の選出、会計報告、今後の活動予定など。	―	―
茨城県	茨城県アミューズメント・オペレーター協会	● 3月26日午後3時30分より、笠間の「山の荘」において通常総会を開催した。出席10名、委任状出席1名。平成3年度事業報告及び決算報告、平成4年度事業計画案及び予算案が承認された他、役員改選も行なわれ、会長は留任となったが一部役員が変更となった。 ●総会終了後、各メーカーも出席、懇親会に移った。 ●翌27日、有志によりゴルフコンペを実施。	〈新役員〉（敬称略） 会長　宇島準一（㈱トニー） 副会長　岡島義忠（㈱ナムコ・水戸） 理事　梶格康（㈱中外アソシエーツ） 大野圭一（㈱大野商事） 堀井良明（㈱タイトー・土浦） 泉谷享（㈱セガ・水戸） 小谷忠（㈲コタニ商会） 監査　尾高庄三郎（北勝商会） 会計　菊池聡（㈲ヒタチレジャー商事）	―
栃木県	栃木県健全娯楽業協会	―	―	―
群馬県	群馬県健全娯楽業協会	● 5月19日、午後2時30分より、伊香保「轟ホテル」にて総会を開催する。	―	―
埼玉県	埼玉娯楽事業者協同組合	―	―	―

	団体名称 および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連 記事
千葉県	千葉県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
東京都	東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会	—	—	—
神奈川県	神奈川県アミューズメントマシンオペレーター協同組合	●３月22日、協会事務局にて理事会を開催。組合理事長加茂飛智男氏逝去により後任理事長を互選。副理事長の㈱富士娯楽、宮治　実氏が選任され、任期内の理事長をつとめることになった。	●５月中に例会を開催する。	—
新潟県	新潟県アミューズメントオペレーター組合	●３月28日、組合事務所において、第33回理事会を開催した。主な議事内容は、①優良店表彰制度の再確認、②表彰される永年勤続者の該当者の確認など。また㈱セガ・エンタープライゼスの営業所長交替に伴う歓送会も取り行なわれた。	—	—
富山県	前・富山県アミューズメント・オペレーター協会	●新協会結成に向けて準備中。	—	—
石川県	石川県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
福井県	福井県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
静岡県	静岡県アミューズメント協会	●特に会合等は開催していない。	●５月例会を５月21日に開催予定。	—

	団体名称 および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連記事
山梨県	山梨県アミューズメントオペレーター協会	●４月22日、午後１時より甲府市内の「ステーキ宮」において例会を開催、情報交換を行なった。	——	—
長野県	長野県アミューズメントオペレーター組合	●特に会合等は開催していない。	——	—
岐阜県	岐阜県ゲーム機オペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	●５月中に理事会と総会を開催する予定。日程は未定。理事会の開催場所は事務局、総会は岐阜市内のニューグランドホテルの予定。	—
愛知県	愛知県アミューズメント施設営業者協会	●特に会合等は開催していない。	——	—
三重県	三重県アミューズメントオペレーター協会	●４月23日、津市の島崎苑において午後２時より総会を開催。永年勤続オペレーターと優良従業員の表彰などを行なう。	——	—
滋賀県	滋賀県健全娯楽業協会（ＳＡＯ）	——		—
奈良県	奈良県アミューズメント施設営業者協会	●理事会を４月20日に奈良観光会館で開催。７名が出席した。 ●同理事会では、第２回定時総会の議題について検討、承認した。 ●第２回定時総会は５月25日午後３時から奈良市内の共済会館やまとで開催。総会後には懇親会を開催する予定。		—

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
京都府	京都府健全娯楽業協会（ＫＡＯ）	●３月４日に開催された第10回通常総会では、役員改選の件も諮られ全役員が留任となったが、一部役員の所属会社における転勤、退職等の異動があったため、後任者は以下の通りとなった。①㈱タイトー京都営業所長の山岡信輔氏が同社を退職したため、後任理事および副会長に同社の佐々木永治氏が就任②㈱ナムコ京都営業所長の岡田匡司氏が転勤となったため、後任理事に同社の貴嶋清氏が就任③アイレム㈱京都営業所長の谷保文夫氏が同社を退職したため、後任理事に同社の久保田太一氏が就任した。		—
大阪府	大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会（ＯＡＯ）	●３月19日に大阪府立青少年会館で「暴力団対策法」についての講習会を開催。当初予定の60名をオーバーする75名の出席を得た。 ●同講習会では、大阪府警本部刑事部捜査第四課・暴力団対策指導官の坪井正義警視と防犯部保安第一課・課長補佐の川城清憲警部が講師となり、計２時間半にわたるセミナーを実施。暴力団対策法の内容などについて理解を深めた。 ●次回理事会は５月中に開催する予定。	<(社)ＡＯＵ近畿地区協議会> ●４月21日に大阪梅田のＯＳホテルで会合を開催した。 ●同会合では、11月に神戸において地方ショーが開催できるかどうかの可能性を検討した。 ●次回会合は５月19日に開催し、再度地方ショー開催について話し合う予定。 ●５月３、４、５日のゴールデンウイーク時に開催される中之島祭りに同協議会では今年もチャリティバザー出店で参加する予定。	182・183ページ
	大阪レジャー機器協同組合	●月例会を４月22日に大阪森の宮の青少年会館会議室で開催、13名が出席した。 ●月例会では①ＡＯＵ、ＯＡＯの最近の活動報告②第13回定時総会の日時、議案の検討、などを行なった。 ●総会は５月26、27日に山中温泉で開催する予定。		—
	大阪アミューズメント施設営業者事業協同組合	●定時総会は５月に開催する予定。		—
兵庫県	兵庫県アミューズメントマシン・オペレーター協会（ＨＡＯ）	●第３回理事会を４月９日、神戸サンパルビル会議室で開催。12社15名が出席した。 ●同理事会では①近畿地区協議会が主催を検討している秋の地方ショー（於神戸）の実行委員長として㈱こまやの尾上常務を任命②５月開催の神戸まつりに参加し、ぬいぐるみ、ポスター等を販売③(財)暴力団追放兵庫県民センター（仮称）に50万円を寄贈④秋の一泊親睦旅行を企画することなどを決めた。また新入会員として㈱天国、㈱ビップ（以上正会員）、タニックス（賛助会員）の入会を承認した。		—
島根県	島根県アミューズメントマシン・オペレーター協会	●４月16日、松江市内の「たまき」において、第７回通常総会を開催。出席８社。主な会議内容は次の通り。①平成３年度事業報告及び収支報告は全会一致で承認。②平成４年度事業計画案及び収支予算案も全会一致で承認。③役員改選については、現行の役員を正副会長のみに絞り、会長は福岡照三氏を再選すると共に副会長は土井一男氏（㈱ナムコ）、中島敏弘氏（アイレム㈱）が夫々就任した。④入退会について、メガコーポレーション（代表・中村英任）の入会とワンポイントの退会が事務局より報告された。なお、今年度より事務局が次のように変更となった。	●<新事務局住所・電話等> 島根県松江市浜乃木２－７－19　アイレム㈱松江営業所内　☎0852－26－5671　FAX0852－26－5672	—
岡山県	岡山県アミューズメントマシン・オペレーター協会	●４月６日、市内「三光荘」において、理事会を開催。出席11名。主な会議内容は次の通り。 ①模範優良従業員表彰の件が諮られ、各会員に同表彰の対象者の申請を依頼することとした。②「コンベックス岡山」（５月２日～５日）への出展は、今年度は不参加となった。③親睦会旅行は、６月下旬３泊４日の行程で沖縄を予定。④会員の住所、代表者の変更が報告された他、新会員１社の入会も併せて報告された。⑤その他、第16回親睦会ゴルフの検討や暴力団追放運動寄付金の報告、㈳岡山県防犯協会の入会決議などが行なわれた。	<新入会員> ・ベガス（準会員）倉敷市二子６－２　☎0864－62－0178	—
広島県	広島県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。　——		—

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連記事
山口県	山口県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	●第7回通常総会の詳細については、本号協会ニュース参照。	183・184ページ
徳島県	徳島県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
香川県	香川県アミューズメントマシンオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	●5月29日、高松市の「丸福苑」において総会を開催する予定。	—
愛媛県	愛媛県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
高知県	高知県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
福岡県	福岡県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	●5月中に会合を開催する予定。	—
長崎県	長崎県健全娯楽業組合	●特に会合等は開催していない。	—	—

	団体名称および会合名	会議内容・その他の主な動き	備　　　考	関連記事
大分県	大分県健全娯楽業協会	●４月21日午後４時より、大分市「ホテルプレステージ」にて通常総会を開催した。10社出席。前年度決算・事業報告、今年度事業計画・予算等を審議した。協会定款の一部を変更し、決算日を３月、総会開催月を４月にした。同じく入会にあたっては全理事の承認を得なければならないという条文を理事３分の２以上の承認で入会を認めるという形に変更した。また、退会１社、新入会員２社の報告もなされた。総会には来賓として大分県警本部より防犯少年課課長坪井徹夫氏、少年対策室長油布清志氏、防犯少年課次席高橋利明氏、企画・防犯営業補佐平川耕治氏が出席。総会↗	↘後の懇親会で油布氏による風営法遵守に関する講演が行なわれた。 〈退会〉城山ゲームセンター 〈新入会員〉 ・開成通商㈱（金光世治社長） 別府市青山８－５ TEL0977(25)1755 ・㈱エイジス（上田直彦社長） 大分市日吉町10－７ TEL0975(56)4100	―
宮崎県	宮崎県健全娯楽業組合	●特に会合等は開催していない。	――	―
鹿児島県	鹿児島県健全娯楽業協会	●４月22日、ホテル「ニュー鹿児島」にて第19回定期総会を開催する予定。平成３年度活動報告、決算報告、今期活動計画等について審議する。終了後懇親会を開催。	――	―
沖縄県	沖縄県アモア協会	――	――	―

	団体名称および会合名	会議内容・その他の主な動き	備　　　考	関連記事
日本娯楽機械オペレーター協同組合	――	●特に会合等は開催していない。	――	―
日本SC遊園協会（NSA）	――	●第24回例会は５月12、13日の日程で、鹿児島地域の遊戯施設の視察を兼ねて実施する。スケジュールとしては12日正午に鹿児島空港に集合し①姶良町のニチイ・リブレ②国際ジャングルパーク③知覧町の武家屋敷庭園・特攻平和会館を視察した後、指宿温泉の白水館で例会、懇親会を開催。13日は伊集院町のさつま焼き、串木野市のゴールドパークを視察する予定。 ●なお、13日は希望者による懇親ゴルフコンペも企画されている。	――	―

TOKIOアーケードゲーム人気ランキング

4月中旬調べ

Game Machine Monthly Chart 15

順位	ゲーム名（メーカー名）	機種	1日当り売上げ	設置店数	期待度	料金設定
1	NEW UFOキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	36,012円	3店	A—2 B—1	100円（3店）
2	UFOキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	35,118円	5店	A—2 B—3	100円（5店）
3	ドリームキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	34,200円	3店	A—2 B—1	100円（3店）
4	ターミネーター2 （ミッドウェイ社／タイトー）	ビデオ	15,851円	4店	A—3 B—1	100円（4店）
5	ターミネーター2 （ウィリアムズ社／タイトー）	フリッパー	12,105円	3店	B—3	100円（3店）
6	ソニックウイングス （ビデオシステム／テクモ）	ビデオ	10,687円	5店	A—2 B—3	100円（4店） 50円（1店）
7	スティールガンナー2 （ナムコ）	ビデオ	10,196円	4店	A—2 B—2	100円（4店）
8	ファイナルラップ2 （ナムコ）	ビデオ	9,755円	7店	A—3 B—4	200円（1店） 100円（6店）
9	ストリートファイターII （カプコン）	ビデオ	9,070円	7店	A—2 B—5	100円（5店） 50円（2店）
10	コズモギャング ザ ビデオ （ナムコ）	ビデオ	6,499円	4店	A—1 B—3	100円（3店） 50円（1店）
11	ボンバーマン （アイレム）	ビデオ	6,485円	4店	A—1 B—2 C—1	100円（3店） 50円（1店）
12	ナイツ・オブ・ザ・ラウンド （カプコン）	ビデオ	5,555円	5店	B—5	100円（3店） 50円（2店）
13	キャプテンコマンドー （カプコン）	ビデオ	5,458円	5店	B—3 C—2	100円（3店） 50円（2店）
14	スーパーバレー'91 （ビデオシステム／タイトー）	ビデオ	5,457円	5店	A—1 B—4	100円（4店） 50円（1店）
15	テトリス （セガ・エンタープライゼス）	ビデオ	5,404円	4店	B—4	100円（4店）

▲アミューズメント仕様ではあるがJAMMAの規準に抵触しているものは、掲載しておりません。

東京最前線

『日経トレンディ』5月号で、「大人が興奮　大ゲーム時代」と題し、カラー25ページにわたり家庭用も含めたゲームに関する特集を組んでいた。

冒頭のリードは「ゲーム業界の新しいターゲットは大人たちだ。大型ゲームセンターがおしゃれなカップルのデートコースとなり、ファミコンを中心にした家庭用TVゲームには現実感あふれるシミュレーションゲームが登場、ゲームは今や最もエキサイティングな大人の遊び道具に変わった。不況知らずのゲーム市場から、もう目が離せない」。東京・世田谷の「ナムコ・ワンダーエッグ」の紹介から始まり、全国の大規模店、個性派店舗、各社の新製品と続く。

その中で、シグマが導入する大規模VRアトラクション「バトルテック」がとりあげられていたので紹介したい。

「バトルテック」は、米国バーチャル・ワールド・エンターテイメント社（本社シカゴ）が開発したロボット対戦型シミュレーターで、各プレイヤーは個室のコックピットに座り、モニター画面を頼りにコンピュータ上のロボットを、左右のレバーなどで操作する。視界は360度きくが、敵ロボットが障害物に隠れてレーザー銃を撃ってきたりする。8人同時プレイ可能。同機はシグマが横浜駅西口に開業（6月1日を予定）する複合アミューズメントビル「トレルワン」の目玉商品と位置づけられている。ちなみに同ビルは、1階から3階までは通常のゲームコーナー、4階は飲食店、5・6階は複数の人間で対戦する形式の体感ゲーム場、7階は事務所。延床面積は1739㎡で、総工費は約20億円。初年度の売上げは10億円を見込んでいる。（『日経産業新聞』4・8）

また、次号のスポットにおいて詳報するが、「ナムコ・ワンダーエッグ」のオープン後1ヵ月の状況が発表された。概略は以下の通り。

・総入場者数　18万3211名
（2月29日～3月31日）
・平日平均入場者数　4524名
・土曜日　〃　7420名
・日曜日　〃　9359名
・最大入場者数　1万1981名
（3月1日、日曜日）
・総売上高　6億3000万円

● ●

さて、今月のランキング。新登場は3機種。

6位の「ソニックウイングス」はシューティングゲーム。選んだ国、プレイ人数によってストーリーとエンディングが10通り以上に変化するのが特徴。

7位の「スティールガンナー2」は、前作と比べグラフィックと各ステージの演出が向上。

10位の「コズモギャング　ザ　ビデオ」は、人気アーケード機「コズモギャングズ」のキャラクターと、シューティングゲームのヒット作「ギャラクシアン」がドッキング。コミカルなキャラクターで女性客にもとっつきやすい上、「ギャラクシアン」世代にもアピールすると考えられる。2P時、残機は2人共通になるなど、アベックを意識して開発されている。

なお、台湾においてセガ・エンタープライゼス、日本娯楽機がロケ出店しており、本誌次号では、その2店を含め台湾の状況を特集する予定となっている。

●この調査は、東京都内の主要繁華街で営業しているロケーション11店舗の協力を得て実施している。ご協力をいただいたロケーション（会社名）は次の通り。（順不同）

オスローゲームランド ㈱オスロー・インターナショナル）　プレイマックス（㈱ティー・ディー・エス）　シルクハット（㈱マタハリー）　ラクベガス（㈱ティエムプランニング）　ゲームプラザモンタナ（ジョイパックアミューズメント㈱）　ゲームファンタジア・シグマ（㈱シグマ）　ゲームイントウディ（㈱ホビーエンタープライズ）　ワールドゲーム六本木（㈱東京キャビオート）　一番館（㈱アミューズオリエント）

●対象機種はビデオゲーム機、一般アーケード、フリッパー、プライズマシン、子供用メダルゲーム機の5種類。

●ランキング登場の基準は、ビデオゲーム4店以上、他は3店以上の集計に上がったものを上位からピックアップ。

●1日当り売上げは、各機種の現金インカムの単純平均値である。

●ゲームマシン「チャート15」の「設置店数」とはゲーム機をベスト25にリストアップした店の数。

●表中の「期待度」は、調査時点の売上げから、今後の伸びについて予測してもらったもの。その内容は大まかにAは今後もかなりの売上げを期待できる。Bは安定した売上げを維持する、Cは売上げが下降気味で伸びが期待できないと分類してある。

本欄の価格には消費税は含んでおりません。

㈱エス・エヌ・ケイ

キング・オブ・ザ・モンスターズ2 〜ザ・ネクスト・シング〜

ネオ・ジオMVSソフト。巨大怪獣アクションゲーム「キング・オブ・ザ・モンスターズ」の続編。最強のモンスター3匹が地球を侵略するエイリアンと戦うというストーリー。3種類のモンスターから1匹を選び、8方向レバー3ボタンで操作。全7ステージ。アメリカ、フランスの街等でバトルを繰り広げる。2P可で、協力プレイ、プレイヤー対戦が可能。2P対戦時は3本勝負の試合形式となる。

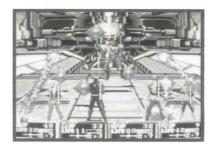
価格：48,000円（ROMカセット、定価）

〈お問合せ先〉

㈱エス・エヌ・ケイ

本社／大阪府吹田市豊津町18－8

☎06(338)7007

コナミ㈱

G.I.ジョー

4人同時プレイ可能なシューティングアクションゲーム。世界最強のコマンドチーム「G.I.ジョー」が悪の組織「コブラ」と戦うというストーリー。8方向レバー2ボタン（ショット、スーパーウェポン）操作。画面上に現れるものは建物をはじめ、ほとんどのものを破壊できる。全6ステージ。ディップスイッチで2P、4P切換可能なPCBも発売。

価格：528,000円（4P用筐体完成品、OP価格）
168,000円（PCB、OP価格）

〈お問合せ先〉

コナミ㈱

本社／東京都千代田区神田神保町3－25

☎03(3264)5678

テクモ㈱

リム・ロッキン・バスケットボール

米国ストラータ社製のバスケットボールゲーム。NBA公式ルールを採用しリアルな試合展開を再現した。8方向レバー2ボタンで選手を操作する。オフェンス時はレバーでドリブル、Aボタンでシュート、Bボタンでパス。攻撃になったら24秒以内にシュートしなくてはならない。バックボードを砕くダンクシュートも放てる。ディフェンス時はAボタンでブロック、Bボタンで敵ボールをはたく。4P可能。

価格：158,000円（OP価格）

〈お問合せ先〉

テクモ㈱

本社／東京都千代田区九段北4丁目1番34号

☎03(3222)7620

アイレム㈱

魔法警備隊ガンホーキ

惑星アースに現れた魔物を倒す為に、空飛ぶミラクルホーキに跨った主人公が出動するという横スクロールシューティングゲーム。8方向レバー2ボタン（攻撃、ホーキシュート）で主人公を操作。Aボタンのため撃ちで魔法シュートを放てる他、Bボタンでホーキ自体を武器として使用できる。また、空中での攻撃以外に地上に立って攻撃も可能。夜の街、アース王の城等、全6ステージ構成。

価格：178,000円（OP価格）

〈お問合せ先〉

アイレム㈱

本社／大阪市西区西本町1－11－9　岡本興産ビル

☎06(535)1060

㈱ナムコ

パラパラボックス おれは直角

〒91－45399

©小山ゆう/小学館・フジテレビ・スタジオぴえろ

パラパラ漫画の技術を取り入れたカード払い出しタイプのプライズマシン。パラパラ漫画風に絵柄が変化するカードルーレットをストップボタンで止める。「当たり」が出ると1枚、「大当たり」で2枚のキャラクターカードを払い出す。モチーフの違う「パラパラボックス・トップストライカー」も発売。

価格：248,000円（定価）

サイズ：幅360mm奥行530mm高さ1,380mm

電気関係：AC100V/29W/50•60Hz

〈お問合せ先〉

㈱ナムコ

営業本部／東京都大田区多摩川2－8－5 ☎03(3756)2311

㈱バンプレスト

グルグル鬼太郎

〒申請中

©水木プロ・東映動画

カード払い出しタイプの子供向けプライズマシン。3つの妖怪キャラクターから1つを選んでボタンを押し、どの妖怪に鬼太郎の足が止まるかを当てる。当たるとカード枚数（1～3枚）を表示したキャラクターの電光ルーレットが点滅。枚数分のカードを払い出す。カードは暗い所で光るようになっている（カード別売）。

価格：310,000円（標準小売価格）

サイズ：幅380mm奥行350mm高さ1,325mm（アイキャッチ・キャスター含む）

電気関係：AC100V/40W(参考)/50•60Hz

〈お問合せ先〉

㈱バンプレスト

本社／東京都台東区駒形1－4－14 バンダイ第3ビル ☎03(3847)5164

㈱トーワジャパン

超能力クラブ

〒61－14829（外部電源使用）

子供向けメダルゲーム機。超能力判定に使われるＥＳＰカードの模様3種の中から、どの模様がＬＥＤで表示されるかを当てる。模様は丸星、川。ボタンでセレクト、当たると電光ルーレットが回転、止まった数字×ＢＥＴ枚数（最高3枚）のメダルを払い出す。ジャックポットに止まると30倍となる。「君にも超能力がある」とプレイヤーにアピールする音声合成付。

価格：188,000円（ＯＰ価格）

サイズ：幅400mm奥行355mm高さ1,030mm

電気関係：AC100V/60W/50•60Hz

〈お問合せ先〉

㈱トーワジャパン

本社／東京都中野駆中央1－35－1 毛利ビル3Ｆ ☎03(5389)1321

㈱ユウビス

ジャンボヘキサ

〒91－41458

6人用大型景品落とし。ターンテーブル駆動に円周可変駆動方式を採用。センター軸で回転していたテーブルをテーブル横のローラーで回し、安定した回転を実現、メンテナンスも容易になった。2金種別納の大型金庫を内蔵しており集金も簡単。80㎜φ景品ケースを使用して大きめの景品をディスプレイできる。上下2分割搬入可能。

価格：1,750,000円（定価）

サイズ：幅2,100mm奥行1,800mm高さ1,430mm

電気関係：AC100V/70W/50•60Hz

〈お問合せ先〉

㈱ユウビス

本社／東大阪市川俣3丁目1番35号 ☎06(787)1881

ダイショー商会

立天画4／2

▽95－3923

50インチ画面筐体「天画」の4P用アップライトタイプ。円形コンパネを採用しており、プレイ角度を自由に調整できる。天板と踏板には人工大理石を使用して高級感を演出している。画像は明るく、ロケーション入口近くの場所にも設置できる。

価格：1,590,000円（OP価格）

サイズ：〈モニター部〉幅1,140mm奥行620mm高さ1,710mm〈操作部〉幅1,000mm奥行640mm高さ1,020mm/最小全長1,760mm

電気関係：AC100V/310W/50･60Hz

〈お問合せ先〉

ダイショー商会

本社／大阪府大東市新田本町13－12

☎0720(70)3892

㈱セガ・エンタープライゼス

それいけ！アンパンマン ポップコーンこうじょう

▽91－34521

©やなせたかし/フレーベル館･TMS･NTV

キャラクターをあしらったポップコーン自販機。20インチモニターを搭載。ポップコーンができ上がるまで画面からアンパンマンが「ハンドルを回して手伝って」と呼びかけ、ハンドルを回すと画面上のポップコーンがはじける。

価格：1,700,000円（予定標準小売価格）

サイズ：幅1,495mm奥行795mm高さ2,000mm

電気関係：AC100V/1590W/50･60Hz

〈お問合せ先〉

㈱セガ・エンタープライゼス

国内販売事業本部／東京都品川区東品川１－31－５

☎03(5461)8320

新製品ニュース欄御利用案内

本誌では、新鮮で豊富な新製品ニュースをいち早くお届けするため、このスペースを皆様に提供しております。新製品発表の際には、ぜひ本誌にもご一報ください。お知らせいただいた新製品は、できるだけ掲載させていただくことにしております。なお、資料ご郵送の場合、写真（カタログでも可）にそえて、次のことを明記してください。

●機械名　●主な特長　●簡単な遊び方　●定価　●▽マーク番号　●サイズ　●電気関係仕様　●お問合せ先

■お問合せ、資料の送り先は、

〒150 東京都渋谷区円山町19番12号山本ビル3Ｆ

㈱アミューズメント産業出版

☎03(5489)4581～3

FAX03(5489)4585

●編集後記

♣『豊島園にすごいものがやってくる!』という広告には焦らされた。「トップスピンはこの前だったし、ハイドロポリスの〝増殖〟にしては時期が早すぎるし……」まさか、宮沢りえ写真集でりえ嬢の肝心な部分を隠して表紙を飾ったあの〝サンタフェの扉〟とは! お釈迦様でも気がつかないわな。これでGWの大幅増員は間違いない? これに対抗するには今なら〝きんさん・ぎんさん〟の100歳ツインズをおいて他にないだろう。誰か呼んでみてくれませんか。

♠新人のTダッシュ君はおかしい奴である。取材帰りの電車の中で、自分の前に美しい女性が座ったからと写真を撮ってきた。声はかけなかったのかと問うと「電車の中で声をかけると変な人に思われるじゃないですか」という返事。電車の中で見知らぬ女性の写真を撮るだけで十分変な奴である。ダッシュ君は変な奴だがビデオゲームをプレイするのが上手い。編集部内に上手い人は少ないので、重宝しそうである。がんばってね。

♥今月は大変忙しい月だった。ウキウキとみんなでハウステンボスやら呉ポートピアにプレビューに行くのは良いが、結局は記事を書くのは私であった。イイ気になってギャハギャハと記念写真を撮りまくってる場合ではなかったのだ。ところでハウステンボスといえば、各施設を3段階の星マークで表中に評価したが、実はこれにはカラクリがある。予め質問していた事柄に広報からなぁんにも回答してもらえず、ポッカリとスペースが余ってしまったのである。疲れた。

◆編集部の人々は電車の中で女の写真を撮った私を嘲笑した。ところが現像後、女が絶世の美女であることがわかると、彼らの態度は激変し口々に私の女性の趣味を「高尚である」と絶賛し、S氏に至っては、「素性を確かめるべきであった」と、私の追跡取材不足を厳しく糾弾した。

　尚、この写真については今後可能な限りの引き延ばし作業が行なわれ、事務所内のしかるべき位置に飾られる予定である。

■お詫びと訂正

　先月号巻頭特集の表中(49頁)において、香椎花園のメリーゴーランドの製造メーカーに誤りがありました。正くは㈱サノヤス・ヒシノ明昌製です。ここに訂正させて頂くと共に、関係者各位にご迷惑をおかけしましたことを謹んでお詫び申し上げます。

㈱アミューズメント産業出版刊行
月刊「アミューズメント産業」
第244号(平成4年5月号)
発行・編集人／山縣宗夫
住　所／東京都渋谷区円山町19番12号
山本ビル3F
(〒150) TEL03(5489)4581～3
FAX03(5489)4585
制　作／㈱アミューズメント産業出版
発行日／平成4年4月26日
購読料／年間9,800円(消費税込み)

──協会住所──

全日本遊園施設協会
(JAPEA)

〒150 東京都渋谷区渋谷1-10-3 スタープラザ青山
☎03(3498)4767

AsahiSeiko CO.,LTD.

信頼と技術のふれ

メダル払出し機

MODEL
AES-505

(景品メダル等の払出し機)

静かなモーター駆動

- DC24Vモーター採用でスムーズな払出し。
- 動作音が大変静か。
- 耐久性が大幅アップ。

フロントタイプ・セレクター

MODEL
757-P

(プラスチックセレクター)

- 選別精度は抜群で、どんな不正も完全追放。
- 直径21～30.8㎜までのサイズに自在対応。
- 軽くて扱い易いオールプラスチック製。

MODEL
810-E・ES
(¥500用) (¥100用)

(電子セレクター)

(メカ+電子)の高精度セレクターです。

MODEL
MS－1・2・3・4
(¥100用) (¥500用) (¥50用) (¥10用)

(マイクロセンサー)

応用範囲の広い超小型設計。正規硬貨に対しては受入信号を発します。

MODEL
870-A/B

(2ウエイ・コインセレクター)

高精度の2ウエイタイプ

- この1台で100円、500円に対応。
- 材質まで見わける高精度です。
- マイクロセンサー内蔵タイプ。

ドロップタイプ・セレクター

MODEL
AD-81P

(スチール製)

専用ブラケット(マイクロSW付)

(ブロッカーはオプション)

MODEL
AD-85W (2ウエイタイプ)

1台で100円、500円を選別します。

専用ブラケット(マイクロSW付)

(ブロッカーはオプション)

ドロップタイプ・電子セレクター

MODEL
AD-88E

(1ウエイ電子セレクター)

- ¥100用 ● ¥500用 ● US・1S用
- US・25¢用

MODEL
AE-882

(2ウエイ電子セレクター)

- 1台で¥100、¥500に対応

高度な選別精度を達成した世界初の3.5インチサイズ
(コントロール基板1体型)(横39㎜×縦101㎜)

謹　告

当社のコインセレクター等、その全製品は、特許権、実用新案権及び意匠権によって保護されております。したがいまして、権利侵害については、民事上・刑事上の罰則規定が適用されます。

実績のメカニズム

ホイールホッパー

MODEL
WH-1

- これまでの2倍の高速払出し（当社比）。
- 最後の1枚まで確実に払出す新機構。

MODEL
WH-2

- 幅85mmの薄型コンパクト設計。
- これまでの2倍の高速払出し（当社比）。
- 最後の1枚まで確実に払出す新機構。

MODEL
WH-3

- US1ドル硬貨(38φ)サイズの大口径コインまで払出し可能。
- シリーズ中最高の25枚／秒(φ25mmメダル)の払出し速度を達成。
- 最後の1枚まで確実に払出す新機構

ダラーホッパー

MODEL
DH-750

▶エスカレーター仕様

- 大口径コインを確実に払い出す新機構ホッパー。

コインホッパー

MODEL
CH-500

- コインを排出する位置が高く、全体の高さは最も低いホッパー。

ミニホッパー

MODEL
CAH-1

英国コインコントロールズ社と旭精工㈱が永年の技術と経験からつくりあげた最も小型で確実な機構に最大の収納容量をもつミニホッパー。

ナローホッパー

MODEL
NH-1

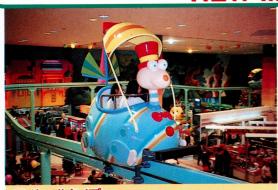
- 70mm幅の超薄型ホッパー。

謹　告

当社ホッパー製品は、特許権、実用新案権及び意匠権によって保護されております。
したがいまして、権利侵害については、民事上・刑事上の罰則規定が適用されます。

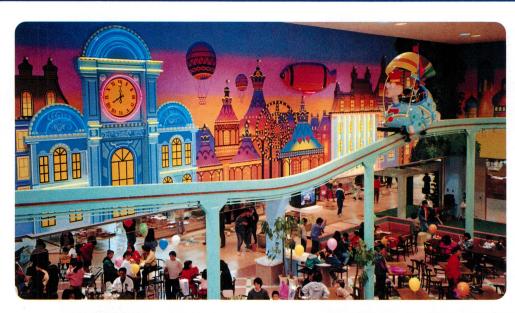
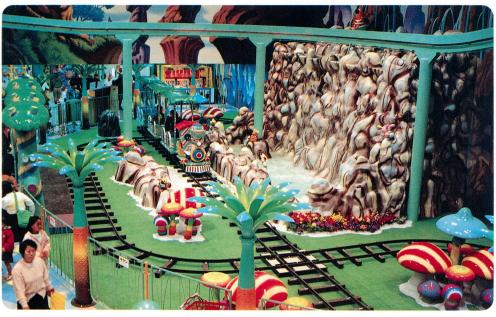
ACT・FANTASTIC ADVENTURE SERIES

TOTAL COORDINATION

NEW MACHINE

モノレールタイプ
スキップくんのウインドトリップ

回転式
ワンパクダックの大冒険

営業管理本部 〒211 神奈川県川崎市中原区苅宿73 G1ビル 2F
TEL:044-411-5801 FAX:044-411-6033

AMUSEMENT SPACE

設置例/秋田県 男鹿ショッピングセンター　AM施設 店舗面積/1,000㎡

株式会社アクト

本社・工場 〒223 神奈川県横浜市港北区日吉5-20-7
TEL:045-562-5121 FAX:045-562-6905

感性を育てる童話ゲーム。お母さんにも人気です。

「桃太郎」童話がゲームになって新登場！
誰でも知ってお話だから気軽にプレイしていただけます。

がんばれ！ももたろう おにたいじ

ONITAIJI

逃げてくる鬼は何匹かな

鬼退治にきた桃太郎に追われて逃げてくる鬼は何匹か。点滅しているボタンで選んで、当たれば景品をペイアウトするという単純ゲーム。幼児でもお母さんと一緒に楽しくプレイしていただけます。

流れるLED表示でゲーム案内

ゲーム機に初めて、文字が流れるＬＥＤ表示案内板を取付けたため、アイキャッチ効果はバツグンです。またプレイ方式も説明するため、とてもわかり易いと評判です。

46φ、75φ カプセルに対応

カプセルサイズは46㎜φ でも75㎜φ でも、ワンタッチ切替えで対応させることができるため、大変便利です。

●幅740㎜×奥行630㎜×高さ1,620㎜ ●標準プレイ料金＝30円1プレイ・100円４プレイ ●交流電源装置（〒61-14569）別置使用

くらしに夢と遊びを…

東京都千代田区三崎町３丁目７番５号
〒101 ☎03（3263）9421㈹ FAX03（3263）9476

クルクルハンティング（シングルタイプ）

W2,150×D3,500～4,000×H2,400

ウェスタンダーツ

W2,200×D3,750×H2,700

キッチンブレイク

W1,200×D800×H2,100

サーカスホイール

W2.520×D2,700×H2,600

スーパーゴリラボール

W900×D2,100×H1,970

CARNIVAL☆PLAZA☆TASKO

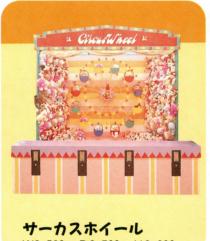
カンボール

W900×D2,400×H2,200

バスケットスタジアム

W900×D2,650×H2,400

サンダーブラスト

W900×D2,500×H2,600

—レジャースペースのトータルメーカー—

タスコ株式会社

本　社　東京都文京区本駒込3-17-2　〒113　☎03-3827-6741(代)
大阪支社　大阪市淀川区木川西3-4-4　〒532　☎06-303-7531(代)
福岡営業所　福岡市中央区清川1-7-12 大戸ビル5F　〒810　☎092-524-8006(代)

実感できる初めての定置式です。

自分で運転、追跡の臨場感！
これまでの乗物の概念を打ち破った新コンセプトが大人気です。

動きは、ハンドル操作と連動

〈体感追跡パト〉は、通常の上下運動にプラスして、ハンドルを右にまわせば乗物自体が右に、左にまわせば左方向に回転して走行感を感じさせます。そのため乗客は、あたかも自分で運転している気持になり、これまでにないほどの臨場感を味わいます。

アクションドラマの主人公

この乗物には「暴走車を追跡せよ」のテーマがあります。パトカーは、はじめゆっくり、暴走車を発見すると突然スピードアップしサイレンが鳴り、パトライトが点滅します。子供たちは「待て」ボタンを押したり、機関銃を発射したり、クラッシュさせたり、この物語の主人公として大活躍。だから何度乗っても飽きられません。

アイキャッチ機として最適

〈体感追跡パト〉は車体が大きく、動きが派手で、しかもパトライトが点滅するため、とても目立つ乗物です。また外柵が必要ないため、円型車体のマンガチックなデザインがお客様の目を魅きつけます。ロケ店頭のアイキャッチ機として設置しても効果的です。

まわって走る4人乗り

体感追跡パト

CHASED PATROL CAR

●サイズ＝直径1,800㎜×高さ1,560㎜●重量＝120㎏●動作時間＝90秒●消費電力＝AC100V・500W●〒61−9242

▲乗った後の満足感はひとしおです。

楽しさとアイデアの

NIPPO

日邦産業株式会社

東京事業本部　〒101　東京都千代田区神田佐久間町1丁目9番地　☎(03)3255-5811(代表)　FAX(03)3251-7425
中部事業本部　〒460　名古屋市中区栄5丁目27番14号　☎(052)265-1811(代表)　FAX(052)265-1818
関西事業本部　〒564　大阪府吹田市江坂町1丁目23番28-701号　☎(06)386-1211(代表)　FAX(06)380-2559
台北支店　TEL001-886-2-(563)0494　バンコク工場　TEL001-662-(517)5485　シンガポール支店　TEL001-65-(227)8056

選ばれる〔朝日の遊園列車〕

メジャーオービット＋アニメのれるランド

（英国モダンプロダクツ社製）　（朝日のロコモーション施設）

評判の汽車施設と回転式乗物がドッキングして
雰囲気も楽しさもランクアップ！
低投資で、高人気を達成する複合遊園施設です。

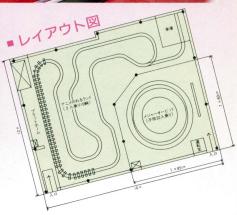
キャパシティ
1,200人／h

メジャーオービット
子供32人乗り
コミックトレイン
２人乗り×10輌

小型ながらスリル感も満点。▶

英国モダンプロダクツ社の回転式乗物《メジャーオービット》と、定評ある朝日の遊園汽車施設《アニメのれるランド》を組み合わせた新開発の複合施設です。《メジャーオービット》は本体直径5ｍとコンパクトでありながら子供32人が一度に乗れ、１時間の最大利用人数は約600人。また《アニメのれるランド》は、２人乗りのコミックトレイン10輌を次々に送り出すタイプで、こちらも１時間に最大600人のお客様が利用できます。しかも料金は１人200円。両施設を一つにしたことによる相乗効果も大いに発揮されるため、遊園地はもちろん大型ＳＣロケーションでも高効率の営業が可能になります。

▲宝塚ファミリーランドで大好評稼動中の《アニメのれるランド》と《メジャーオービット》（同ランドでは《ポップンタックル》の名称で営業）（有）渡辺子供娯楽様委託営業）。

■レイアウト図

■コンパクトでもアピール力は抜群です。

ASAHI ENGINEERING Co., Ltd.
朝日エンジニアリング株式会社
〒599-03　大阪府泉南郡岬町淡輪1387-2
TEL.0724(94)0783　FAX.0724(94)2195

人・気・商・品・大・集・合

セット景品も単品もメキシコなら安心、廉価です。

タイガーマスク

5種100個
¥29,800

変らぬ人気の覆面レスラー

ブラックマスク
ライオンマン
ブラックバイソン
ミスター？

©梶原一騎・辻なおき／講談社

でんぐりバーガー

@¥80

超小型カメラ

@¥130

ニューウォッチ

@¥150

コインパース

@¥80

ワッペン

@¥160

ライターセット

10種50個
¥18,000

- 各商品とも75φカプセル入りは@¥10アップです。
- 上記写真の内容は予告なく変更することがあります。
- 上記金額には送料、消費税は含まれておりません(送料については、1回のお買上げ金額が10万円以上の場合は当社で負担いたします)。

ぬいぐるみ・輸入雑貨卸売り商社

株式会社

TEL0273(63)9000 (24時間受付)
FAX0273(63)3231

本社 〒370 群馬県高崎市小八木町2038-3

◆業務時間◆
AM9:30〜PM5:30
日・祝日休

〈振込先〉
高崎信用金庫 南支店
普通預金口座
No0142722 ㈱メキシコ

倉庫 〒370 群馬県高崎市中尾町767-5 TEL0273(64)0180

Super Roller Coaster
Mad Wheel
Giant Wheel
Standing Coaster
感動ある遊びを
世界の人々に
Helicycle & Skyship
Crazy Mouse
子供が大人の世界に憧れた時、大人が子供の頃に戻りたいと思った時、人はその時から「冒険」を始めます。ファンタジックな冒険、スリリングな冒険、いろいろな冒険をいっぱいにつめこんだ世界、それがアミューズメントパークであり、テーマパークです。そしてアミューズメントライドはその冒険そのものなのです。アミューズメントライドは、ただ単に回転すれば、ただ単に怖ければ良いというものではありません。冒険のコンセプトに合った様々な驚きや発見が、その中に内包されていなければなりませんし、「体」が感動するようなドラマチックに演出されたストーリーがそこに存在しなければ、本当のアミューズメントライドとは言えないでしょう。「心」を感動させるためには、冒険の世界（非日常の世界）に没入できる、美感（期待感）体感（身体の感動）の具体的表現が重要と考えます。トーゴは「心」が感動できる空間・施設の創造を通して「遊び」を提供致します。
Ultra Twister
Merry-Go-Round
Diving Shooter
Ultra Twister
Kiddy Rides
Carnival Game
■テーマパークの総合企画・遊園施設製作■
TOGO
株式会社トーゴ
本　社／〒152 東京都目黒区八雲1-5-7
☎(03)3718-6461 FAX.(03)3725-2420

SENYO

得意の仕事は、アソビです。

●コスモクロック21(横浜コスモワールド)

今、泉陽は国際的総合リゾート、レジャースペースの開発に大きく取り組んでいます。ひとつには「国営ひたち海浜公園」のプレジャーガーデンを主体となって企画・建設、そして経営に至るまでと、トータルに参画致しました。開園以来、人々の「遊び心」を満足させるアメニティ空間として、好評を博しております。 また日本国内だけでなく台湾において、合弁事業による剣湖山世界のアミューズメントゾーン「摩天広場」を企画から経営まで総合プロデュース。その他中国重慶市において、泉陽の手掛ける中国での8つ目の遊園地建設も決定し、ビッグスケールで世界にも伸びています。これからも総合リゾートレジャー開発をはじめとする一歩進んだレジャーライフを提案してまいります。

●常陸海浜公園サンライズパーク

●剣湖山世界・摩天広場(台湾)

●石景山遊楽園(北京)

●アイスワールド

●スペースシューティング

●ビスタライナー

泉陽興業株式会社
泉陽機工株式会社

取締役社長 山田三郎〈全日本遊園施設協会会長〉〈万博記念公園エキスポランド社長〉

本　社:大阪市浪速区元町1丁目13番15号(泉陽ビル) 〒556
TEL.06(632)1051　FAX.06(632)1060
東京支店:東京都千代田区神田多町2丁目9番2号(神城ビル3F) 〒101
TEL.03(3252)3951　FAX.03(3252)3954

上海事務所●岸和田第一工場●岸和田第二工場●筑波工場

営業種目
■リゾートの総合企画・建設・経営■レジャーランドの総合企画・建設・経営■スポーツクラブの総合企画・建設■新交通システム・ミニレール「ビスタライナー」の開発
●各種遊園機械●リフト・コンベアー等輸送機器並びに特殊機械●オートロード・オートケーブル等のゴルフ場施設●装飾・工芸●各種プール●公園施設●土木・建築・造園●橋梁・鉄骨　以上の企画・設計・製作・施工・販売・経営並びに輸出入

●お問合わせ・カタログ御希望の方は本社宣伝課宛へ。